DEUTSCHLAND 4,90 € ÖSTERREICH 5,30 € SCHWEIZ 8,00 SFR

GLAMOUR.DE 02 | 2026

GLAMOUR® GERMANY

FASHION POWER
90s Looks, Slip Dresses & Swimwear

+

THE TRAVEL LIST

WORTH THE GLOW
Was wirklich wirkt: Red Light, Peptides & Laser

LOUD AND PROUD

KIM PETRAS

Über Pride, Freiheit – und warum Sichtbarkeit heute wichtiger ist denn je

ROLEX PRÄSENTIERT DIE

OYSTER STORY

WIR FEIERN 100 JAHRE EINER IKONE

AUF ROLEX.COM

ROLEX

ROLEX
OYSTER PERPETUAL
DATEJUST
28
SWISS MADE

GUCCI

cartier.com - +49 89 55984 22

Cartier

CONTENTS

Glamourama **12**

Welcome back, Elle Woods: Wer ist Lexi Minetree? **24**

Reality-Check im Pride Month **26**

Coverstar: Kim Petras über Pop, Freiheit und Pride **34**

Book Club **46**

New Femininity? Tradwives als Feminismus-Backlash **48**

Most talked about **52**

Rage Bait **54**

The Power of Community: Wie Gemeinschaft Leben retten kann **56**

Can AI love you back? **66**

Tennis-Bracelets **70**

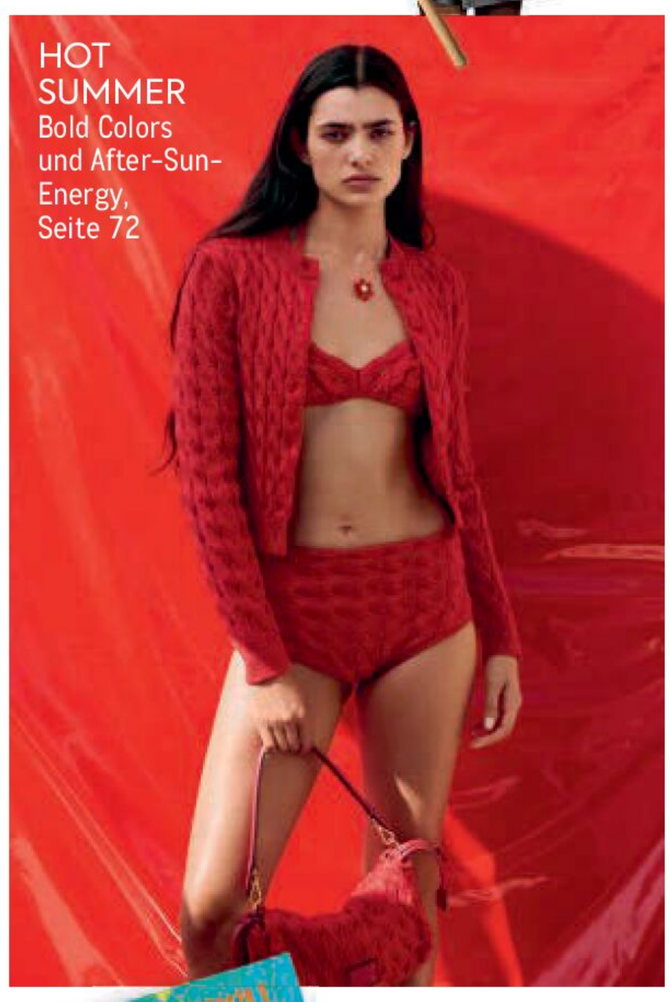
High Summer Fashion: Colors and Cuts **72**

Masterpieces only: Haute Couture und Co. **86**

It-Accessoires & Schmuck-Neuheiten **92**

KIM PETRAS
Warum ihr neues Album „Detour" ein Befreiungsschlag ist, Seite 34

TRADWIVES UND CO.
Wieso die Gen Z konservative Weiblichkeit romantisiert, Seite 48



HOT SUMMER
Bold Colors und After-Sun-Energy, Seite 72

POWER OF CHOSEN COMMUNITY
Wege aus der Einsamkeit, Seite 56

PRIDE MONTH
Sichtbarkeit vs. Gefahr, Seite 26

GLAMOUR BOOK CLUB
Lesestoff abseits von Gender-Normen, Seite 46

Fotos: Anthony Arquier (1), Lily-Violette Daumen (1), @hannah.muehi (1), @naraaziza (1), Susan Buth (1), Getty Images (5)

COVER LOOK:

Kim Petras wurde von Anthony Arquier fotografiert. Head of Editorial Content & Styling: Theresa Pichler;
Haare: Adiam Habtezion/Opus Beauty; Make-up: Sabina Pinsone/Opus Beauty;
Maniküre: Tanja Gravina/Opus Beauty; Set Designer: Pertti Hagelstein; Set Assistant: Clara Goulard; Photo Assistant: Manon Bailo;
Senior Fashion Editor: Madeline Dangmann; Visuals Editor & Producerin: Viki Domeier.
Kim Petras trägt einen Faux-Fur-Coat, einen Mini-Jumpsuit und Ohrringe, alles von Gucci.

CHANDON SPRITZ

PERFEKT GEMIXT.
NATÜRLICH AUF EIS.

Maßvoll genießen.

CONTENTS

SUMMER
OF LESS
The perfect Look:
clean, reduziert,
ikonisch, Seite 102

SUMMER
SHOPPING LIST
Accessoires und
Schmuck, Seite 92

TANNING-TIPPS
Die Faves der
GLAMOUR-Editors,
Seite 134

90s-Minimalismus mit Carolyn-Bessette-Kennedy-Effekt **102**

Ice Plunging **108**

Beauty-Buzz: Was bleibt, was kommt, was wirkt **110**

Sommerparfums: So riecht ein Hot Girl Summer **118**

K-Beauty: Second Wave **128**

The Editors on: Sun Protection **134**

It's Spritz o'clock **136**

Die ultimative Summer Travel List **138**

Sind Peptide den Hype wert? **146**

Lifestyle-News **152**

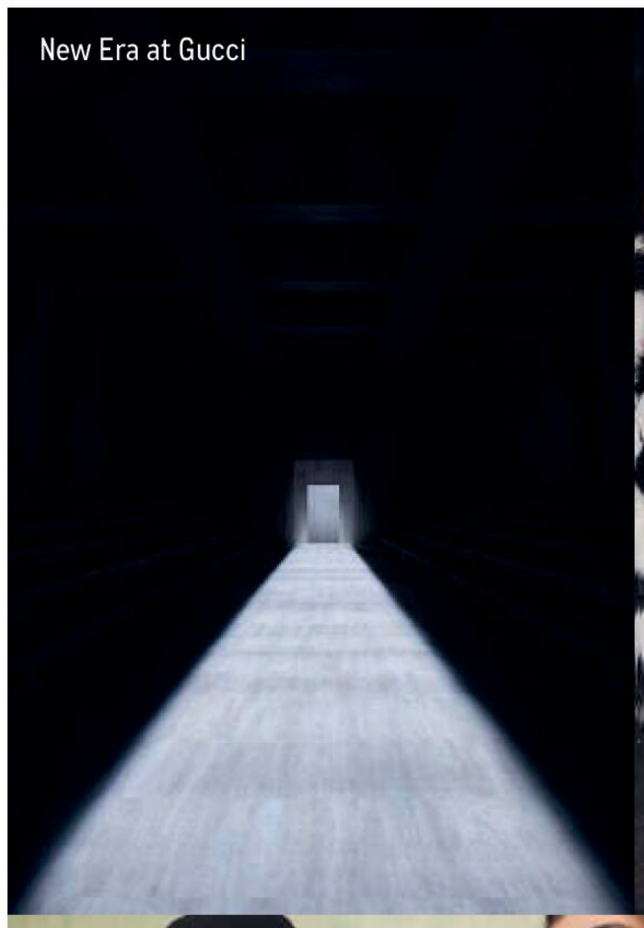
Das große Sommer-Horoskop **154**

BOTTLED
HEAT
Sunkissed, juicy
und iconic:
Düfte für den
Sommer,
Seite 118

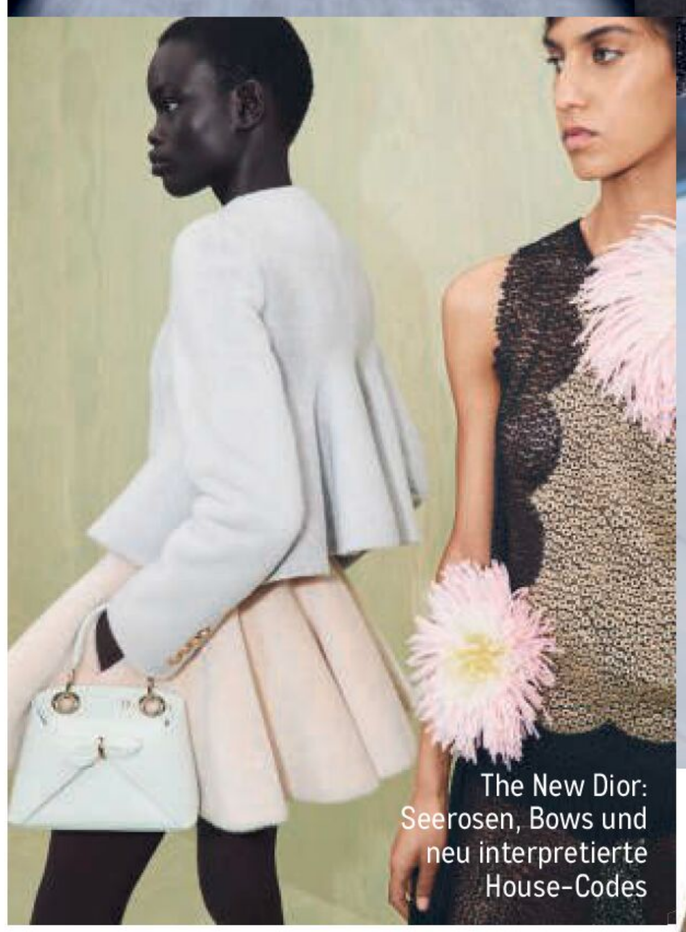
K-BEAUTY 2.0
Korean Skincare
ist jetzt noch
besser, Seite 128

HÖCHSTES
HANDWERK
Haute Joaillerie,
Haute Horlogerie
und Haute
Couture, Seite 86

Fotos: Getty Images (1), Andreas Achmann (2), PR (1), Rolex/Alain Costa (1), Launchmetrics.com/spotlight (1)


New Era at Gucci

Backstage bei Blumarine


The New Dior: Seerosen, Bows und neu interpretierte House-Codes

Dior

Theresa Pichler, Head of Editorial Content

„Sichtbarkeit bedeutet nicht, allen zu gefallen. Sichtbarkeit bedeutet, man selbst zu sein."

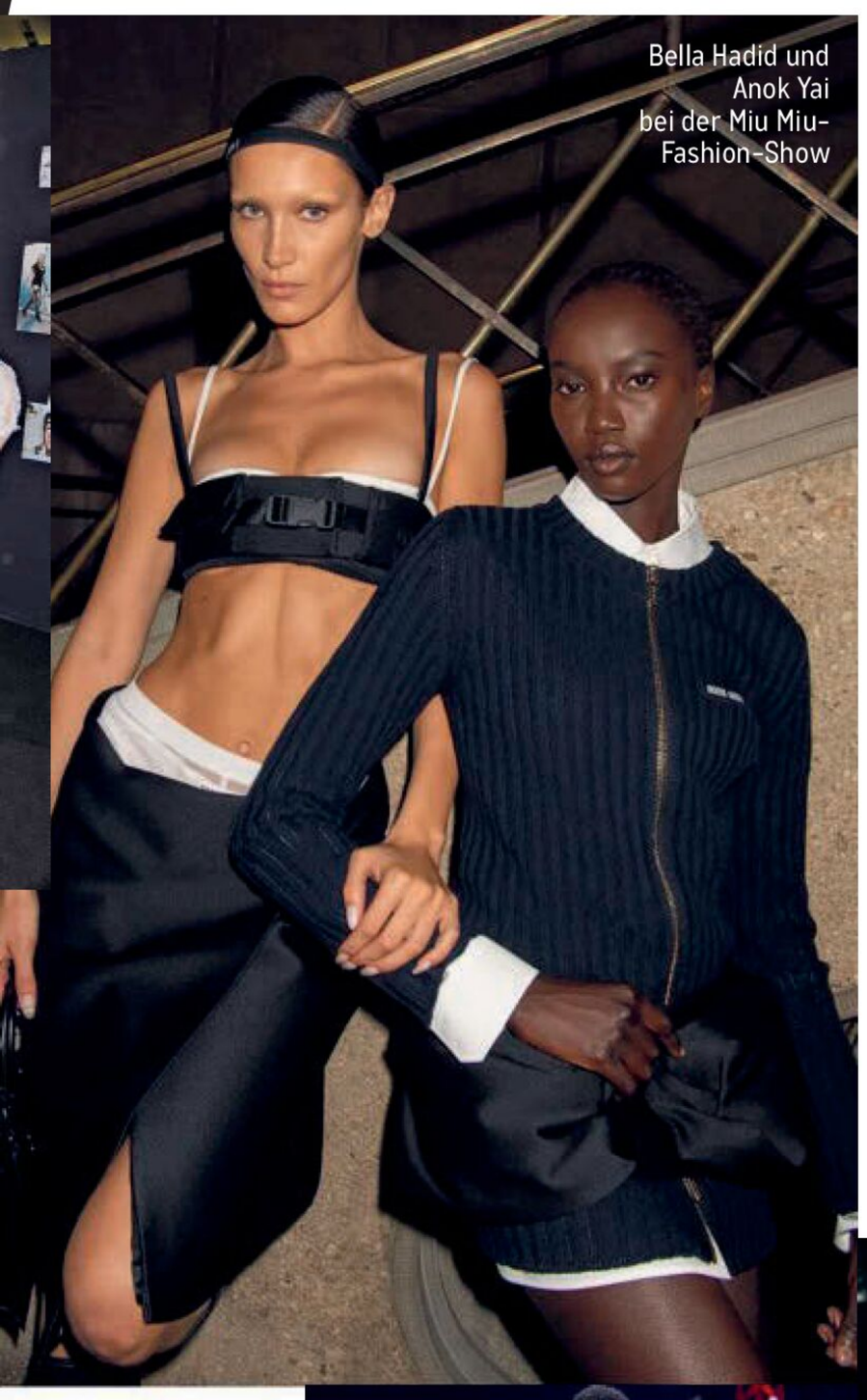
„Niemand entscheidet sich dafür, sich zu verstecken oder sich selbst zu unterdrücken. Das ist kein echtes Leben", sagt Kim Petras zu mir in unserem Cover-Interview in Berlin. Ein Satz, der so selbstverständlich klingt – und trotzdem so selten gilt. Jedes Jahr im Juni werden Logos bunt. Kampagnen sprechen von Liebe, Vielfalt, Akzeptanz. Brands entdecken den Regenbogen – und vergessen ihn wieder im Juli. Pride als Marketingmoment. Pride als Ästhetik. Pride als etwas, das man konsumiert, ohne es zu verstehen. Sichtbarkeit, die betont wird. In Feeds, in Kampagnen, auf Bühnen. Sichtbarkeit als Ziel. Als Versprechen. Als Beweis, dass man angekommen ist. Dabei fehlen jedes Mal dieselben Fragen: Sichtbar – für wen? Zu welchem Preis? Unter welchen Bedingungen? Denn die Realität sieht so aus: Queerness definiert heute den Zeitgeist – in Musik, Mode, Popkultur. Gleichzeitig verzeichnete das Bundeskriminalamt 2024 zum siebten Mal in Folge einen Anstieg queerfeindlicher Straftaten (Seite 26). In 64 Ländern weltweit sind gleichgeschlechtliche Beziehungen noch immer strafbar. Trans* Frauen sind zwar so sichtbar wie nie – auf Laufstegen, auf Bühnen, auf Covern. Gleichzeitig werden Trans*-Rechte weltweit systematisch angegriffen, beschnitten, infrage gestellt. Queerness wird gefeiert – und kriminalisiert. Manchmal im selben Land. Manchmal im selben Atemzug. Sichtbarkeit schützt nicht. Sie exponiert. Kim Petras weiß, was es bedeutet, sichtbar zu sein und trotzdem um Selbstbestimmung kämpfen zu müssen.

Im Cover-Interview (Seite 34)

Precious Lee

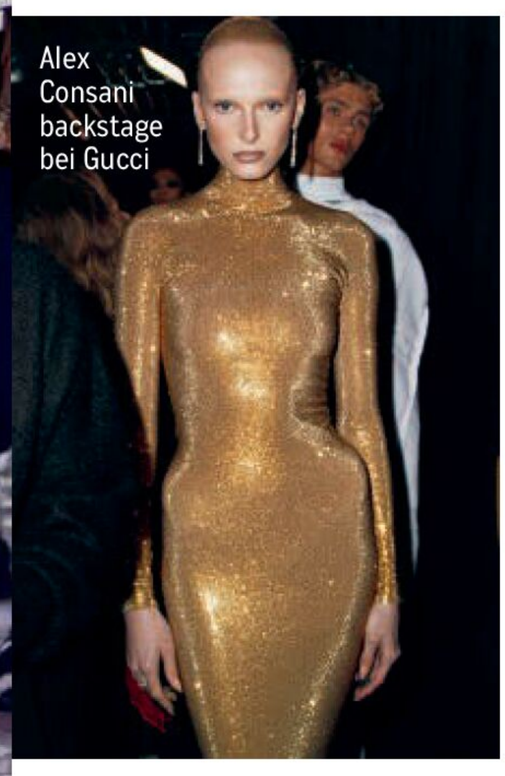
Vivian Jenna Wilson für Gucci

Fotos: Daniella Midenge (1), Mireia Deulofeu (1), Armando Grillo (1), Sonny Vandevelde (1), Getty Images (2), PR (1)



Bella Hadid und Anok Yai bei der Miu Miu-Fashion-Show

spricht sie über kreative Kontrolle, ihre Trennung vom Label, Mode als Rüstung und queere Sichtbarkeit in politisch unsicheren Zeiten. Und darüber, warum wahre Power heute vor allem eines bedeutet: zu wissen, wer man ist – auch wenn die Welt gerade laut darüber diskutiert, ob man das sein darf. Denn trans* zu sein, ist keine Entscheidung. Kein Manifest. Keine Forderung. Nur die schlichte, unverhandelbare Wahrheit einer Frau, die sich selbst gehört. Diese Ausgabe erzählt davon. Von Einsamkeit, Community und dem tiefen Wunsch, gesehen zu werden (Seite 56). Von dem, was Sichtbarkeit wirklich kostet – und wem sie nützt. Von Mental Health und dem Gedanken, dass wir nicht erst dann wertvoll sind, wenn wir genug leisten, funktionieren, gefallen. Von der Frage, ob KI uns wirklich kennen kann – oder ob wir uns längst daran gewöhnt haben, nicht wirklich gesehen zu werden (Seite 66). Von Tradwives (Seite 48) und der romantisierten Rückkehr zur weiblichen Unterordnung – weich gefiltert, hart rückwärtsgewandt. Von queerer Popkultur, die Räume öffnet. Und von Mode, Beauty und Handwerkskunst als Ausdruck von Individualität (Seite 86). Weil Einzigartigkeit kein Claim ist. Sondern ein Recht. Denn das ist vielleicht das Eigentliche, was Pride lehrt. Nicht nur queeren Menschen. Sondern allen. Niemand entscheidet sich dafür, sich zu verstecken. Das passiert – durch Urteile, Erwartungen, Angst. Durch Blicke, die sagen: So nicht! Durch Sätze, die sagen: Pass dich an! Irgendwann weiß man selbst nicht mehr, wo die Anpassung aufhört und man selbst anfängt. Pride beginnt nicht bei der Frage, ob wir laut genug sind. Pride beginnt in dem Moment, in dem man aufhört, in den Köpfen anderer zu leben. In dem man aufhört, die Version von sich zu performen, die für andere bequemer ist. Genau das ist der Auftrag von GLAMOUR. Nicht nur zeigen, wer gerade relevant ist. Sondern fragen, warum. Nicht Repräsentation als Dekoration. Sondern als Haltung. Medien tragen Verantwortung. Natürlich brauchen wir alle auch Leichtigkeit – die neueste Mode, den perfekten Lippenstift, einen Sommer, der sich nach Freiheit anfühlt. Das gehört dazu. Aber es reicht nicht. GLAMOUR war nie dafür da, Oberflächen zu spiegeln. Sondern dafür, tiefer zu schauen. Das gilt heute mehr denn je. Sichtbarkeit bedeutet nicht, allen zu gefallen. Sichtbarkeit bedeutet, man selbst zu sein. Let's talk about Pride.



Alex Consani backstage bei Gucci

It's all about the details bei Chanel

Theresa

Meine Highlights

Mehr Empowerment, Fashion-, Beauty- und Lifestyle-Themen auf glamour.de

Tasche aus geprägtem Leder, von Chanel, um 6500 Euro

„Perfecto Serum Lip Oil" in „Rose Quartz", von Givenchy, um 45 Euro

Charm-Kette von Chanel, um 6990 Euro

Sandalen aus PVC, von Loewe, um 1100 Euro

Peplum-Top und Minirock von Alémais, je um 330 Euro, über modaoperandi.com

Fotos: Jason Lloyd Evans (1), Jeremy Barniaud (1), PR (1)

HOT RIGHT NOW

Labels, Looks und Hypes:
die wichtigsten **Mode- & Beauty-News** von Juni bis September

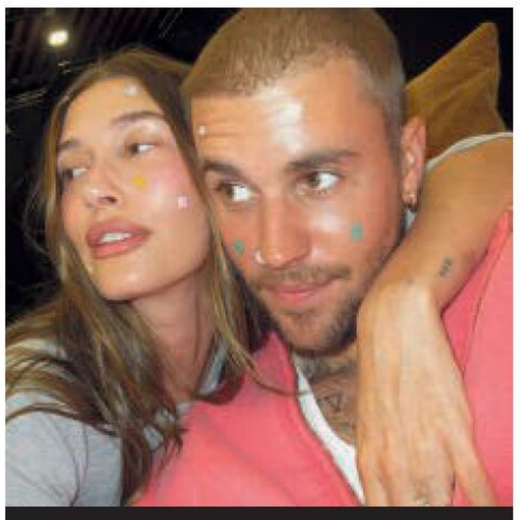
1, 2, 4 & 5 Bar-Jacket-Looks der Herbst/Winter-Kollektion 2026/2027
3 Anya Taylor-Joy
6 Charlize Theron
7 Blüten-Details

LIGHT LUXURY

Jonathan Anderson nimmt Dior die Schwere – und macht genau daraus den neuen Luxus. In seiner Ready-to-wear-Show Autumn/Winter 2026/2027 im Jardin des Tuileries übersetzt er die House-Codes in eine leichtere, freiere Vision: Die ikonische Bar-Jacket ist plötzlich cropped, soft, gestrickt oder wird ganz selbstverständlich zu Jeans getragen. Seerosen-Details zitieren Monet, Rüschen blühen wie Couture-Blumen, Stoffe wirken fast schwerelos. Dior bleibt Dior – nur weniger zugeknöpft, weniger Private-Club-Fantasy, mehr moderner Walk durch den Garten. Luxury, but make it lighter. Bravo!

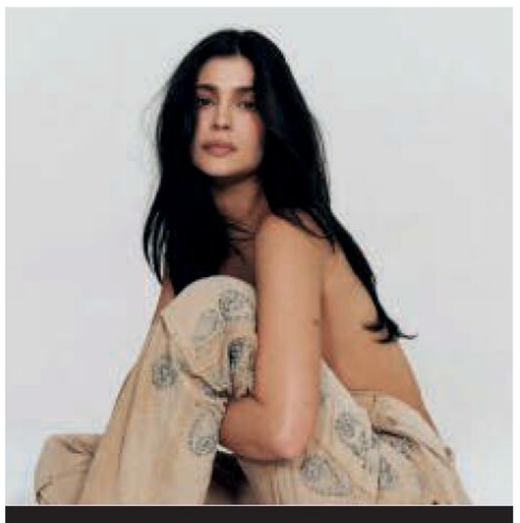
TOP NEWS

Neues aus der Glam-Welt



Skin emergency, but make it cute: Die bunten Spotwear-Patches von Rhode x The Biebers kaschieren Haut-Notfälle stylish.

Eine Männer-Linie? Braucht Chanel nicht. Jacob Elordi und Co. tragen jetzt einfach die Looks aus der Frauenkollektion.



Von Latex zu Relaxed Denim: Kylie Jenners eigener Look entwickelt sich weiter – ihre Brand Khy zieht stilistisch nach.

Fotos: Launchmetrics.com/spotlight (3), PR (10), Getty Images (1)

Den „Prada Touch Blush“ von Prada Beauty gibt es in 8 Shades, um 45 Euro

BELLA BLUSH

Bella Hadid x Prada Beauty? Major. Ihr neuer Blush kommt mit Creme-zu-Puder-Textur, soft-mattem Finish und einem Shade, der fast ihren Namen bekommen hätte: „Caffè“. Bella trägt ihn am liebsten mit den Fingern auf – simply, aber very Prada.

ICONIC UPDATE

Dem Code des Hauses treu bleiben und dennoch etwas Modernes schaffen? Gelingt Chanel, Cartier und Bvlgari mit der Neuinterpretation von Klassikern (Bvlgaris „B.-Zero1“! Cartiers „Baignoire“!) oder typischer Stil-DNA (Chanels Signature Black & White plus Coco-Referenz!).

1 „J12 Coco Game“-Uhr aus Keramik und mit Diamanten, von Chanel, um 120 000 Euro. **2** „Gold & Steel“-B.Zero1-Ring aus 18-karätigem Gelbgold mit Edelstahl, von Bvlgari, um 1900 Euro

3 „Baignoire“-Uhr aus 18-karätigem Gelbgold, von Cartier, um 22 700 Euro

„Grid Hand-Carry Case“, von Rimowa, um 1800 Euro

GRID CHECK

Retro, aber First Class: Mit der „Classic Aluminium Grid Collection“ taucht Rimowa ins eigene Archiv und bringt ein Design von 1969 zurück. Das Resultat: drei streng limitierte Koffer mit Vintage-Vibe, Raster statt Rillen und Collector-Faktor.

GAME, SET, STYLE

Für 10k Steps, Coffee Runs und alles dazwischen: Athleisure gewinnt jetzt auch abseits des Courts.

1 Sonnenbrille von Gucci, um 1100 Euro, über net-a-porter.com. **2** Poloshirt aus Satin-Piqué, von Lacoste, um 320 Euro. **3** Oversized-Trackjacke, von Casablanca, um 850 Euro. **4** Maxikleid von Saint Laurent, um 3200 Euro, über net-a-porter.com. **5** Minikleid aus Nylon, von Baum & Pferdgarten, um 240 Euro. **6** Ledersneaker von Dries Van Noten, um 700 Euro, über net-a-porter.com. **7** Track-Shorts von Benetton, um 40 Euro, über zalando.de. **8** Caprihose von Toteme, um 300 Euro, über mytheresa.com. **9** Baumwoll-Cap von Loewe, um 450 Euro

Fotos: PR (2), Launchmetrics.com/spotlight (3); Still-Lifes: Antoine Pividori/Cartier (1), Packshotfactory/Wework (1), Irving Studio (1)

Content Creator Alexandra Pereira

SPOT ON

Polka Dots sind zurück: verspielt, retro, trotzdem cool – und 2026 plötzlich überall.

1 Jacke von Guess, um 180 Euro.

2 Kitten Heels von Mango, um 45 Euro. **3** Slip Dress von Sportmax, um 635 Euro, über mytheresa.com

4 Wide-Leg-Hose von Primark, um 20 Euro

6 Seiden-Minikleid von Matteau, um 400 Euro, über net-a-porter.com
7 High-Rise-Maxirock von Khaite, um 1800 Euro, über mytheresa.com

5 Satin-Top von Rixo, um 290 Euro, über net-a-porter.com

Künstlerin Nadia Lee Cohen

Mega-Influencerin Chiara Ferragni ist das Gesicht der Guess-Kampagne

Boho trifft auf Y2K-Vibes: „Camden"-Bag von Guess, um 150 Euro

NOUGHTIES RELAODED

Sleek, slouchy, effortlessly chic – das US-Label Guess lässt eine seiner Ikonen aus den 00er-Jahren wieder aufleben: die „Camden"-Bag.

Fotos: Getty Images (2), PR (1)

„Advanced Skin Hydration Mix“ von K20 by Sprinter, um 35 Euro

HYDRATION IN A STICK

Für den Morgen nach der Party oder die Daily Routine – Kylie Jenner erweitert ihre Vodka-Soda-Brand Sprinter jetzt um die Marke K20. Die Sticks sind mit Elektrolyten, Hyaluronsäure und Kollagenpeptiden angereichert.

BIG PANTS ENERGY

Skinny war gestern: Balloon Pants feiern ihr Comeback. Viel Volumen, schmale Bündchen, maximal bequem – und überraschend chic. Zwischen Y2K-Nostalgie und Quiet Luxury werden sie jetzt zum coolsten Jeans-Ersatz der Saison.

Nika Kes macht vor, wie stilvoll sich die voluminösen Pants stylen lassen.

Balloon Pants von Alaïa, um 2100 Euro, über net-a-porter.com

Leichte transparente Balllonhose von Paloma Wool, um 220 Euro

TIKTOK MADE ME BUY IT

Virale Beauty-Produkte fürs echte Leben

Bye, bye, Red!

Die virale K-Beauty-Cream hat ein Upgrade bekommen. Neben ihrer farbkorrigierenden Wirkung hat sie nun Extrapflege mit Panthenol und Centella Asiatica. Getöntes Finish ohne Rötungen.

„CC Red Correct“ von Erborian, um 50 Euro

Skin Refresh

Superleicht und schnell einziehend dank der Water-Gel-Lotion. Die neue Körperpflege duftet dazu noch nach dem legendären „Cheirosa 48“-Bodyspray!

„Body Badalada Skin Refresh Water Lotion“ von Sol de Janeiro, um 25 Euro

Lip Bestie

How cute is this? Dieses kleine Lip Oil im superangesagten Shape versorgt die Lippen dank Avocadoöl mit Feuchtigkeit, polstert auf und hinterlässt einen Spiegelglanz. Ab in die Handbag!

„Lippie Bestie“ in „Posh Pink“ von Glowery, um 19 Euro über sephora.de

Honey Hair

Milch und Honig ist nicht nur unsere liebste Kombi an Bad Mood Days, sondern auch ein echtes Haarwunder. Das feine Spray ist eine Express-Pflege, die entwirrt, hydratisiert, glättet.

„Honey Milk Active Repair – Leave-In Conditioner Mist“ von Gisou, um 35 Euro

Nosejob

Die 2-in-1-Reinigungsroutine für Mitesser & Poren. Alkalische pH-Formulierung einwirken lassen, abspülen und mit dem Tool über die feuchte Haut gleiten.

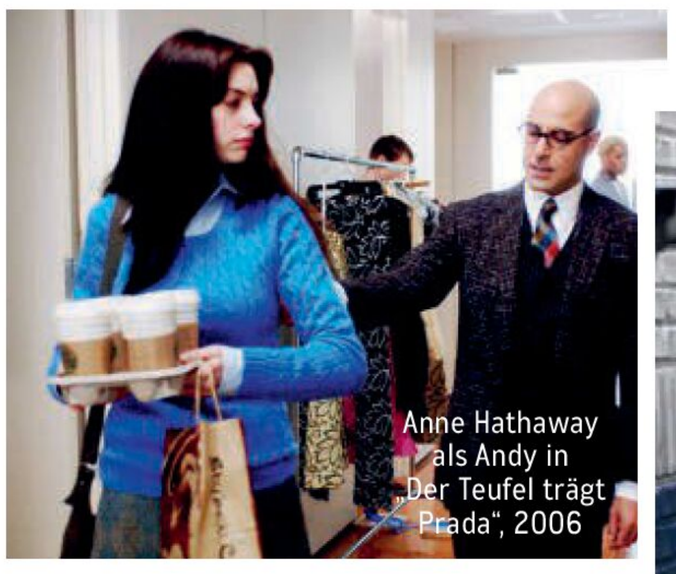
„The POREfessional Degunker“ von Benefit Cosmetics, um 40 Euro

Fotos: Courtesy of Sprinter (1), @nikkkkes (1)

RUN, Z, RUN

Was kann Zendaya eigentlich nicht?! Für das Schweizer Label On droppt sie ihre erste Womenswear-Kollektion: sieben Pieces zwischen Sport, Streetstyle und Off-Duty-Chic.

Windbreaker, um 250 Euro, und Sneaker, um 200 Euro, beides von On



Anne Hathaway als Andy in „Der Teufel trägt Prada“, 2006

ICONIC!

Zum zweiten Teil von „Der Teufel trägt Prada“ ist auch der „Cerulean Blues“-Pullover, besser gesagt sein Blauton, zurück: Sei es an Meryl Streep bei der „The Late Show with Stephen Colbert“, auf dem Premieren-Red-Carpet – oder in den Kollektionen als DIE Trendfarbe überhaupt.

Meryl Streep zu Gast im US-Fernsehen, 2026

V-Neck-Pullover, von &Daughter, um 560 Euro, via net-a-porter.com

Iconic Glow

„Meine Go-to-Foundation, wenn ich ein natürliches, glowy Finish mit einem leichten Hautgefühl möchte.“

„Luminous Silk Foundation“ von Armani Beauty, um 55 Euro

Timesaver

„Er ermöglicht mir ein einfaches Haarstyling mit weichen, schwungvollen Ergebnissen.“

„Dyson Airwrap Co-anda 2x™“, um 650 Euro

ASK THE EXPERT

Celebrity-Dermatologin Dr. Radmila Lukian behandelt Stars wie Naomi Campbell und Lindsay Lohan. Das sind ihre Beauty-Favs.

Bye, Botox

„Das peptidbasierte Serum sorgt für einen Glass Skin Glow und ist auch ideal bei junger Haut.“

„P-Tiox Serum“ von Skin Ceuticals, um 150 Euro

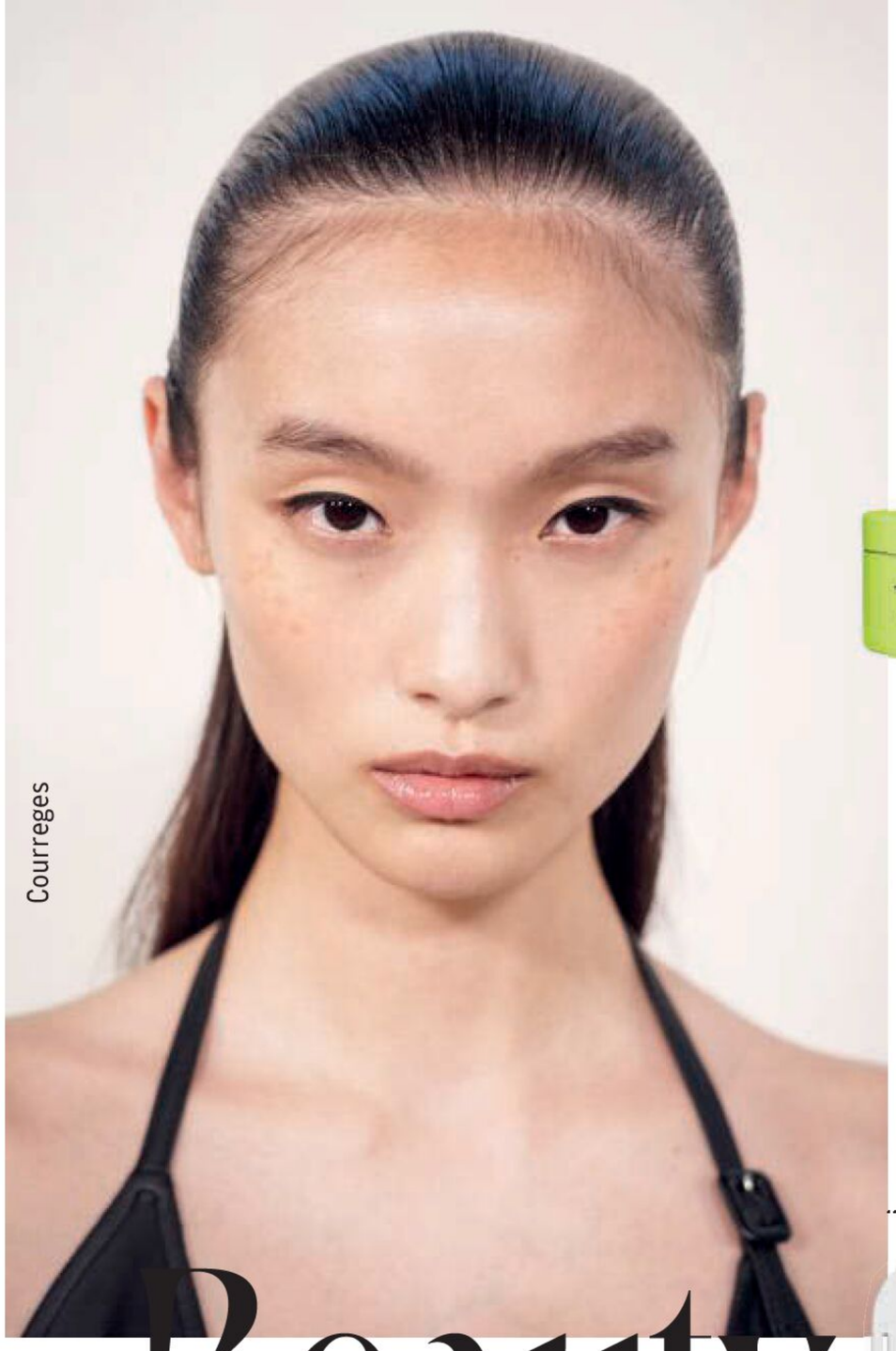
Firming Wonder

„Ich nutze sie täglich und liebe das enthaltene SafflowerRED™ aus Japan und den Ginseng-Extrakt.“

„Uplifting and Firming Advanced Cream“ von Shiseido, um 160 Euro

Fotos: PR (2), 20thCentFox/Courtesy Everett Collection (1), Getty Images (1)

Beauty, die wir jetzt wollen



Courreges

SKINCARE

From hype to basic: Diese Hautpflege Neuheiten sind es wert, aufgetragen zu werden. Achtung – Nachkaufgefahr!

1 Cream Face Mask „Caffeine Reset“ von Rhode, um 50 Euro. **2** Stärkendes „Sérum Spectral“, von Biologique Recherche, um 165 Euro. **3** „Revitalift Laser Serum“ von L’Oréal Paris, um 20 Euro. **4** Porenverfeinerndes „Zinkspray“ von Balea, um 3 Euro. **5** „Mineral Redness Control CC Cream“ mit SPF 50 von Transparent Lab, um 20 Euro

HAIRCARE

Unser Haar braucht jetzt Extrapflege & gutes Styling.

1 „Tasmania Mask“ von Goa Organics, um 40 Euro, über sephora.de. **2** „The Detangling Mist“ von CAIR by La Bonne Brosse, um 55 Euro. **3** „Supershine Smoothing Wax Stick“ von Oribe, um 55 Euro. **4** Glätteisen „Chronos Max“ aus der Jelly Collection von Ghd, um 390 Euro

MAKE-UP

Ready for fresh colours and cool lips? Mit diesen Make-up-News zaubern wir einen sommerlichen Teint, der den Tag am See übersteht.

1 Bronzer „Dior Forever Nude Bronze Glow“ (LE) von Dior Beauty, um 70 Euro. **2** „Colour Wash Bronze“ von Victoria Beckham Beauty, um 50 Euro. **3** „Cherry Glaze Bar“ von Dolce & Gabbana Beauty, um 50 Euro. **4** „Blur Even Cover Foundation“ von Lumene, um 20 Euro. **5** „Supple Kiss Lip Glaze“ von Kylie Cosmetics, um 20 Euro. **6** „Cryo Lip Oil Balm“ von Clarins, um 35 Euro

TOOLS TO TRY

Von Red Light bis Handventilator: Hyped Tools für die Summer-Skin-Routine.

1 Flexibles „LED Panel“ für den ganzen Körper, von CurrentBody, um 1100 Euro **2** „Lymphatic Face Brush“ von iBrushy, um 35 Euro **3** „FacialPro Glow“ von Shark Beauty, um 350 Euro **4** „Pro Hydro-Mist Steamer“ von Sarah Chapman, um 190 Euro **5** Handventilator „HushJet™ Mini Cool“ von Dyson, um 100 Euro

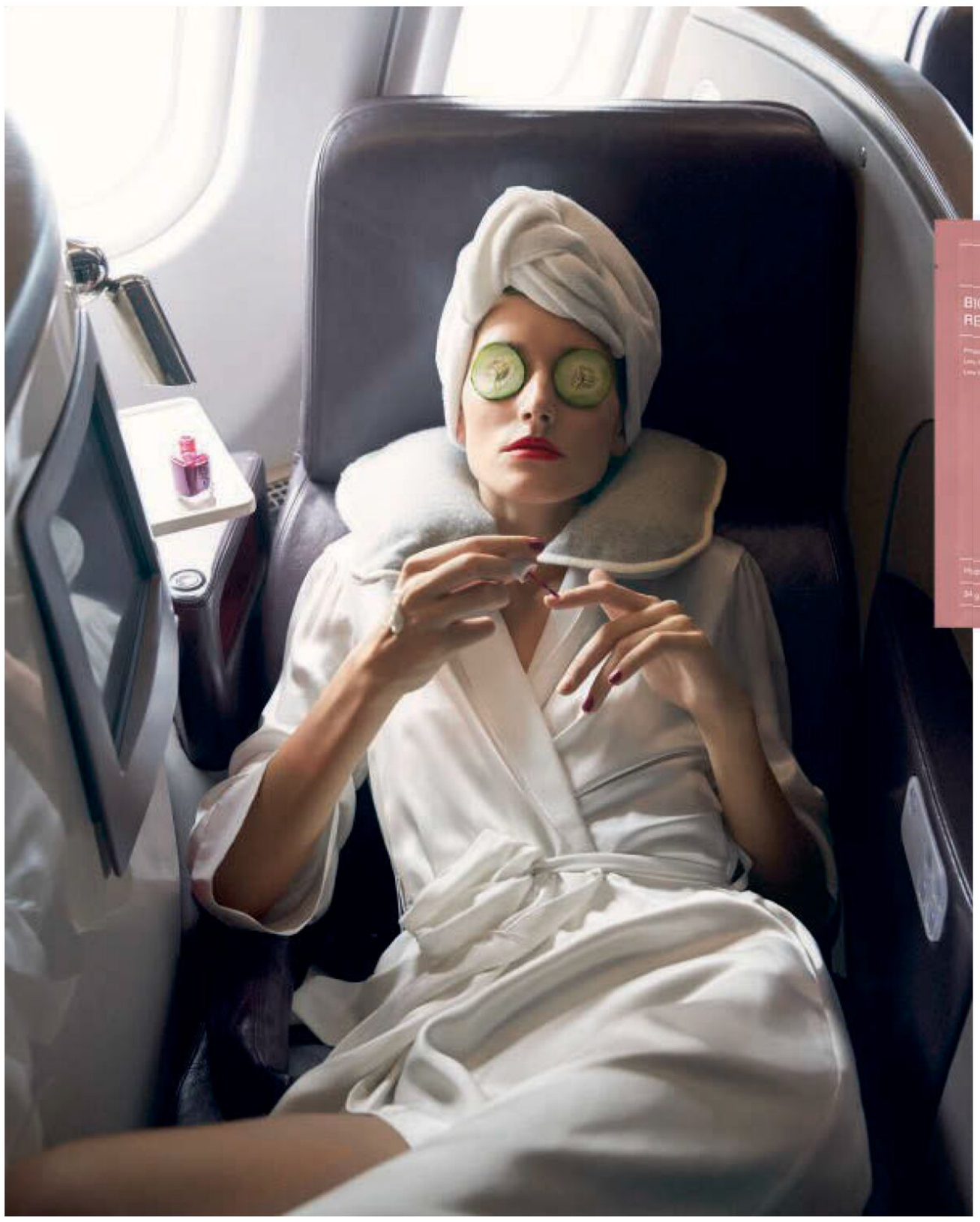
BODYCARE

Pflege für den Körper funktioniert nicht nur von außen, sondern auch von innen. Deshalb sind das unsere Must-haves für Body & Soul und euer Reminder, öfter auch auf die inneren Werte zu setzen. Healthy Body – Happy Mind – Sunny Life!

1 Kollagenpulver „Glow“ von Aspriva, um 80 Euro **2** „Body Cream Bergamot & Hinoki“ von Salt & Stone, um 40 Euro **3** Body-Serum „Future Romance Body Glaze“ von Joonbyrd, um 75 Euro über niche-beauty.com

4 Muskel-Supplement „Move“ von Pur4, um 50 Euro **5** Aromastick zum Einatmen „The Mood Therapy“ von Seed to Skin, um 45 Euro

Fotos: Launchmetrics.com/Spotlight; Still-Lifes: Jaime Cody Photography (1), Rich Begany Photography (1), Clarins Studio (1)



JET SET GLOW

Die besten Beauty-Produkte für entspannte Haut in 10000 Metern Höhe.

SCHUTZSCHILD

Sheet Mask drauf, Cabin Dryness raus: So bleibt die Haut auch über den Wolken hydrated.

„Bio Collagen Real Deep Mask“ von Biodance, um 7 Euro

LIP-CREW

Hält den Mund während des Flugs smooth – von Boarding bis Touchdown.

„Lip Repair“ von Woods Copenhagen, um 25 Euro

FRESH UP

Schneller Frischekick mit Wirkung und Extrafeuchtigkeit

„Antioxidant Mist with Rose Quartz“ von Merme Berlin, um 30 Euro

OVERNIGHT

Bei Flügen über Nacht darf das pflegende Lip Treatment nicht fehlen.

„The Lip Mask“ von Chummi, um 20 Euro

DO NOT DISTURB!

Maulbeerseide auf, Welt aus: Diese Schlafmaske macht den Flug ein bisschen mehr First Class.

„Deep Sleep Mask“ von Dore & Rose, um 45 Euro, über flaconi.de

EYE FLY

Bye, Schwellung, hello, LED-Augenpflege für to go.

„LunaEye LED Therapy Eye Patches“ von Glov, um 110 Euro, über flaconi.de

HANDS DOWN

Das meistvergessene Inflight-Essential? Handcreme. Diese hier punktet mit Pflege und Packaging 10/10.

Handcreme von Prada Beauty, um 60 Euro

Foto: Cass Bird

BALLET OFF-DUTY

Der zarteste Sneaker-Trend des Sommers? Sneakerinas – halb Ballerina, halb Streetstyle.

1

2

3

4

5

6

1 Aus Leder, von Chloé, um 620 Euro, über net-a-porter.com. **2** Aus Satin, von Miu Miu, um 800 Euro. **3** „Shift"-Sneaker von Gucci, um 800 Euro. **4** Mit transparentem Einsatz, von Jacquemus, um 450 Euro. **5** Aus Satin von Steve Madden, um 120 Euro **6** Mit Ristriemen, von Skechers, um 60 Euro

1

2

5

6

7

3

4

8

ON THE GO

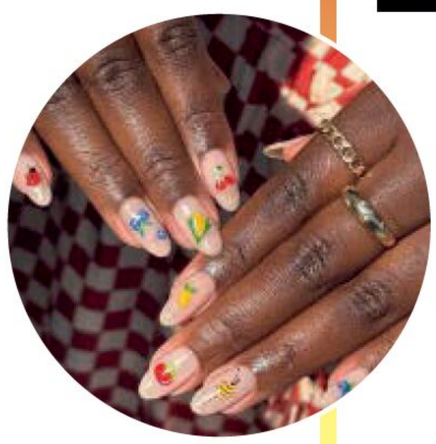
Der schnellste Weg zu Sommerhaut: Bronzing-Sticks für Glow, Kontur und Touch-ups.

1 „BB Stick" von Caia Cosmetics, um 30 Euro. **2** „Contour Stick" von Nilens Jord, um 25 Euro. **3** „Chocolate Soleil Stick" von Too Faced, um 35 Euro. **4** „Chubby Stick™ Sculpting Contour" von Clinique, um 40 Euro. **5** „The Minimalist" von Merit Beauty, um 40 Euro. **6** „The Mood Contrast" von Mesauda, um 25 Euro. **7** „Warm Wishes Effortless Bronzer" von Rare Beauty, um 35 Euro über sephora.de. **8** „Dior Forever Skin Bronze" von Dior Beauty, um 55 Euro

Fotos: Getty Images (4), @nailartbyqueenie (1), Launchmetrics.com/Spotlight (1), @kikilashess (1)

Chrome Hair
Auf den Runways omnipräsent und zum Festival-Summer definitiv einen Versuch wert.

CLEAN GIRL, CLEAN BAG
Ehrlich: Wann hast du deine Make-up-Bag zuletzt gereinigt? Ein neuer Calculator von Fresha zeigt, wie gut dein Beauty-Hygiene-Score wirklich ist.



NAIL IT
Süße Nail-Sticker pimpen jede Manicure quick & easy – cute, verspielt und absolut low effort.

BEAUTY-BAROMETER

Was in Sachen Beauty gerade trendet und wovon wir lieber die Finger lassen.

Haare ausfetten
... soll helfen, dass man weniger waschen muss. Stimmt aber nicht und kann das Fetten sogar verstärken. Sorry!

Lashing out
Lieber natürliches Lash Lift als zu dichte Extensions.

Baby Oil + Tanning
Pusht beim Sonnenbaden nur UV-Damage: kein Schutz, Hautschäden, höheres Hautkrebsrisiko – hard pass!

HOT SUMMER

Die neuen Designer-It-Pieces machen jeden Beach-Look zum Fashion-Moment.

1 „Daisy Field"-Sonnenbrille von Loewe x Pauls Ibiza, um 640 Euro. **2** Halskette von Dior, um 620 Euro. **3** & **4** Bikini-Top, um 420 Euro, und -Slip, um 420 Euro, beides von Loewe x Paulas Ibiza

5 Volleyball mit Leder-Trageriemen, von Chanel, um 2200 Euro. **6** Mini-Bast-Tote, von Loewe x Pauls Ibiza, um 1150 Euro. **7** Raffia-Korbtasche, von Chanel, um 7100 Euro. **8** Kette von Chanel, um 2300 Euro. **9** Sandalen von Loewe x Pauls Ibiza, um 1400 Euro

OVAL OFFICE

Der Shade-Shape des Moments: oval, schmal, ziemlich cool.

1 von Bottega Veneta, um 280 Euro, über mister-spex. de. **2** von Cartier, um 1050 Euro, über sunglasshut.com. **3** von Jimmy Fairly, um 135 Euro. **4** von Gucci, um 400 Euro

SPRAY-DATE

Body Mists sind wieder überall – und wir sind obsessed.

1 „CK Hair & Body Perfume Mist" in „Sheer Peach", um 40 Euro. **2** „Fragrance Mist Ibiza" von Ouai, um 30 Euro. **3** „Caramel Cloud Hair & Body Mist" von Kylie Cosmetics, um 25 Euro. **4** „Beach Skin Body Mist" von Phlur, um 25 Euro über sephora.de. **5** „Bodyspray Whipped Vanilla" von Clean, um 35 Euro

HUDA-HYPE

Huda Kattan hat mit Huda Beauty eine der erfolgreichsten Beauty-Brands erschaffen.

Was hast du von Beginn an anders gemacht, um dich abzuheben? Ich habe bewusst nicht auf meine Konkurrenz geschaut, um unabhängig zu bleiben. Am Ende geht es darum, sich selbst und der eigenen Vision treu zu sein.

Wie prägen deine irakischen Wurzeln dein Beauty-Verständnis? In der irakischen Kultur hat man keine Angst vor Schönheit – es ist völlig okay, sich intensiv um sich selbst zu kümmern. Das prägt.

Welchen Beauty-Fauxpas siehst du immer wieder? Hygiene wird im Beauty-Bereich nicht ernst genug genommen. Alles, was mit Haut und Gesicht zu tun hat, sollte extrem sauber gehalten werden.

Wie definierst du moderne Schönheit? Ein globaler Mix aus Einflüssen. Beauty sollte ein Werkzeug sein, kein Druck. Es darf nicht dazu führen, dass wir uns nie „genug" fühlen.

Huda Kattan

Fotos: Getty Images (1), PR (1); Still-Lifes: Irving Studio (2)

THE SUMMER OF QUEER

Pride hört nicht im Juni auf: Diese queeren Pop-Culture-Moments gehören diesen Sommer auf deinen Radar.

„Heated Rivalry“
Staffel 2 ist in Produktion. Meaning: The wait is almost over.

„On The Sea“
Ein queeres Drama um einen Muschelfischer.

„Girls Like Girls“
Endlich bekommt der Bestseller eine Verfilmung! Ab 19. Juni.

„Heartstopper“
Die Netflix-Serie endet mit einem Film – *obsessed*! Ab 17. Juli.

„Cry to Heaven“
Ein Film mit Hunter Schafer, Lux Pascal und sogar Adele? Yes, please!

Robyn
Das queere Icon ist back! Mit neuer Musik und einer Wold-Tour.

Gigi Perez
Den „Sailor Song“-Star hört man im Soundtrack unseres fav Films 2026: „Girls Like Girls“.

Sarah Something
Country-Songs müssen von alten Dudes kommen? No way! Enter: Queer Country, ab 12. Juni.

Kim Petras
Ihr nächstes Album „Detour“ wird DER Sommer-Soundtrack.

Girli
DER Rising Star am Queer-Icon-Himmel.

Kehlani
Die she/they-Queen zeigt sich verletzlich mit ihrem neuen Album – und neuer Liebe!

Text: Madeline Dangmann, Hannah Madlener, Lena Raab; Fotos: Getty Images (7), Netflix (1), HBO Max/Crave (1), Red Union Films (1), Focus Features/Courtesy Everett Collection (1), @smouse_in_the_house (1), Shore Fire Media (1)

PRIDE-CALENDAR

Die wichtigsten Pride-Events around the World.

7.6. São Paulo Pride (biggest in the world)

27.6. CSD München

27.6.–4.7. Gay Games Valencia

28.6. San Francisco und New York Pride

5.7. CSD Köln

25.7. CSD Berlin

31.7.–1.8. World Pride AMS

1.8. CSD Hamburg

GLAMOUR

Glamour erscheint vierteljährlich in der Condé Nast Germany GmbH, Oskar-von-Miller-Ring 20, 80333 München,
Tel. 089-38104-0, mail@condenast.de, www.condenast.de, redaktion@glamour.de, www.glamour.de

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
THERESA PICHLER

DEPUTY HEAD OF EDITORIAL CONTENT & DIGITAL DIRECTOR
Alexandra Schöb

CONTENT OPERATIONS
Christine Frank

EDITORIAL DESIGN
Eduard Maier (Lead Graphic Designer)

VISUALS
Viktoria Domeier

BEAUTY
Lena Raab

FASHION
Madeline Dangmann (Senior Fashion Editor)

CULTURE
Ursula Schmied (Senior Culture Editor), Hannah Madlener

ADAPTATION
Katharina Walser

SOCIAL MEDIA
Martin Kettenmeyer

AFFILIATE CONTENT
Divya Viswanathan (VP, Commerce, Lifestyle),
Leona Ullmann (Affiliate Editor), Lisa Zirngast (Affiliate Editor),
Sarah Riechwald (Photo & Visual Content Editor),
Nhi Nguyen (Affiliate Marketing Coordinator)

TALENT CASTING
Tobias Heinrichs

AUDIENCE STRATEGY
Vanessa Schwenk (Senior Manager, Global SEO, GQ),
Zuzanna Baese (SEO Manager)

MITARBEIT AN DIESER AUSGABE
Anita Bauer, Alexandra Berger, Oliver Bosch,
Laura Glynn, Marlene Gotschlich, Silvia Ihring, Allegra Isert,
Elisabeth Krainer, Marlene Lorenz, Eva Louis, Caroline Ludewig,
Affa Osman (External Consultant Director Editorial Talent Casting TTG),
Dennis Schneider, Wendy Tee, Tari Weber, Mira Wiesinger

SCHLUSSREDAKTION/DOKUMENTATION
Lektornet

SYNDICATION
syndication@condenast.de

VERANTWORTLICH FÜR DEN REDAKTIONELLEN INHALT
Theresa Pichler

GLAMOUR GLOBAL

GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR
SAMANTHA BARRY

GLOBAL DIRECTOR, EDITORIAL OPERATIONS
Eilish Morley

GLOBAL CREATIVE DIRECTOR
Amelia Trevette

GLOBAL FASHION DIRECTOR
Tchesmeni Leonard

ASSOCIATE VISUALS DIRECTOR
Lauren Brown

EUROPEAN DESIGN DIRECTOR
Eilidh Williamson

EUROPEAN FASHION EDITOR
Londiwe Ncube

COMMERCIAL

BRAND DIRECTOR
Kai Frölich

SALES

FASHION & LUXURY, BEAUTY & HEALTH
Dorina Geilenkirchen
(Commercial Director Fashion & Luxury, Beauty & Health),
Kai Frölich
(Deputy Commercial Director Fashion & Luxury, Beauty & Health),
Verena Flammersfeld, Dijana Kröll, Iwona Lowicki,
Teresa Müller, Annabell Sophie Schulschenk, Qian Qi, Moritz Landherr,
Leonie Brodersen

HOME, TRAVEL, AUTOMOTIVE, MEDIA, ENTERTAINMENT, FINANCE & TECH
Maik Homeyer (Commercial Director Home & Travel, Automotive,
Media, Entertainment, Finance & Tech),
Jürgen Warter, Vivien Mühlfellner,
Ksenia Mrvelj-Jendros, Luisa Gattwinkel, Jana Schapranow

ADVERTISING SERVICE
Evelyn Haucke (Senior Advertising Manager)

CN COMMERCIAL CREATIVE
Christine Bierhals (Director of CN Commercial Creative)
Alexander Freudenberger (Head of Creative & Commercial Video)

VIDEO
Moritz Mebesius (Executive Director, Creative Dev and Strategy,
Video & Audio EMEA)

DIGITAL MEDIA
Inessa Datzmann (Lead Manager Digital Media Strategy)

CONSUMER

CONSUMER BUSINESS COUNTRY LEAD
Kathrin Ölscher

CIRCULATION
Antonia Meder

SUBSCRIPTION
Blanka Kiss, Sve Folkmer

MARKETING
Elisabeth Sewald, Nina Mahringer

VOGUE COLLECTION
Ayke Bogen (Director Vogue Collection)

PRINT PRODUCTION
Enrico Rotondi (Production Director EMEA),
Brigitte Gorissen, Joachim Renz, produktion@condenast.de

DRUCK
Vogel Druck und Medienservice GmbH,
Leibnizstr. 5, 97204 Höchberg

DIGITALE VORSTUFE
Hyphen Media srl, Via Antonio Raimondi 10,
I-20156 Milano (MI)

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION/PR
Bernie Torres (VP Communications),
Laura Sodano (Communications Director CN Germany),
Sara Laterza (PR Manager)

DIRECTOR, FINANCE BUSINESS PARTNER
STEFAN BRÜTTING

CHIEF BUSINESS OFFICER GERMANY &
ADVERTISING LEAD SPAIN, FRANCE, ITALY
ANITA GIGOVSKAYA

MANAGING DIRECTOR CONDÉ NAST GERMANY
DAVID DE LA IGLESIA

VERTRIEB/EINZELVERKAUF
MZV Moderner Zeitschriften Vertrieb GmbH & Co. KG,
Ansprechpartner: Hacina Zerari, Ohmstr. 1,
85716 Unterschleißheim, Telefon 0049-(0)89-319 06-0

ABONNEMENT-BETREUUNG:
Deutschland und Ausland: Glamour-Leserservice,
Condé Nast Kundenservice, 20080 Hamburg,
Tel. 0049-(0)89-12 14 08 55. E-Mail: abo@glamour.de.

Glamour (German) (USPS no 0023818)
is published quarterly by Condé Nast Germany GmbH.
Known Office of Publication: Data Media
(A division of Cover-All Computer Services Corp.),
660 Howard Street, Buffalo, NY 14206.

Periodicals postage is paid at Buffalo, NY 14205.
Postmaster: Send address changes to Glamour (German),
Data Media, P.O. Box 155, Buffalo. NY 14205-0155.
E-Mail: service@roltek.com. Toll free: 1-877-776-5835

Anzeigenpreisliste Nr. 26 vom 1.1.2026.

Alle Rechte vorbehalten.
Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge
und Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Mit Ausnahme gesetzlich zugelassener Fälle ist
eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlags strafbar.
Für unverlangt eingesandtes
Text- und Bildmaterial wird keine Haftung übernommen.

ISSN-Nr. 1617-3929. Fortsetzung S. 145

PRESSE & BUCH IM BAHNHOF

Beim Druck dieses Produkts wurde durch den innovativen Einsatz der Kraft-Wärme-Kopplung im Vergleich zum herkömmlichen Energieeinsatz bis zu 52% weniger CO_2 emittiert. Dr. Schorb, ifeu.institut

Minus 52% CO_2

PRIMALUCE, Sommer 2026

Mandarin Granat
Swiss Topas
Grüner Turmalin

TAMARA COMOLLI

Mehr Informationen: privateclient@tamaracomolli.com

Welcome back, Elle Woods! **Lexi Minetree** bringt die Popkultur-Ikone in der „Natürlich blond“-Prequel-Serie zurück.

Wenn wir etwas von Reese Witherspoon als Elle Woods in „Natürlich blond“ gelernt haben, dann das: Man sollte immer zu sich selbst stehen. Und ja, Rosa kann absolut eine Lebenseinstellung sein. Wie aus Elle Woods eine der größten Popkultur-Ikonen der Nullerjahre wurde, erzählt jetzt die Coming-of-Age-Serie „Elle“ (ab 1. Juli auf Prime Video). Newcomerin Lexi Minetree, 24, schlüpft dafür in puderrosa Pumps und nimmt uns – 25 Jahre nach dem ersten Film – mit zurück an die Highschool. Chihuahua inklusive. Wir erwarten Optimismus, Charme und natürlich Life Lessons à la „Bend and Snap“.

Text: Ursula Schmied; Foto: Amazon MGM Studios

COMMA,

COMMA-FASHION.COM

Foto: @hannah.muehi

QUEER IST SICHTBAR WIE NIE – *und gleichzeitig so angreifbar wie lange nicht. Zwischen* RAINBOW WASHING, *Backlash und realer Gefahr wird klar: Sichtbarkeit allein schützt nicht.*

TEXT: HANNAH MADLENER

Manchmal sieht es so aus, als hätte die queere Community gewonnen. Pride ist längst kein Nischenprotest mehr, sondern Popkultur. Companys färben Logos bunt, Celebritys sprechen über ihre Identität, Netflix-Kategorien heißen „Queer Love“. Und doch reicht ein Blick aus der Bubble, um zu merken: Diese Geschichte ist alles andere als linear. 2024 verzeichnete das Bundeskriminalamt in Deutschland einen erneuten Anstieg queerfeindlicher Straftaten. Damit stieg die Zahl im siebten Jahr in Folge, was einen Zuwachs von mehr als 50 Prozent innerhalb weniger Jahre bedeutet. Und sie bildet nur ab, was angezeigt wird. Die Dunkelziffer sei deutlich höher, sagen Beratungsstellen wie Maneo oder LSVD. In 64 UN-Mitgliedsstaaten sind gleichgeschlechtliche sexuelle Handlungen laut dem Jahresbericht der ILGA (International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association) strafrechtlich verboten – in einigen droht weiterhin die Todesstrafe. Während wir also „Love is Love“ auf Instagram

The BACKLASH *Era*

posten, wächst parallel ein Klima, das queeres Leben wieder zur Zielscheibe macht.

Besonders sichtbar wird dieser Widerspruch online. Laut einer Studie der EU-Grundrechteagentur berichten über 50 Prozent der LGBTQ+-Personen von Hassrede im Netz. TikTok-Kommentare, X-Threads, Youtube-Rants – digitale Räume sind längst zentrale Orte politischer Radikalisierung geworden. Queerness wird systematisch angegriffen und ihre Existenz verhandelt – hinter dem Schutz eines Bildschirms. Und genau darin liegt das Paradox unserer Gegenwart: Die Sichtbarkeit ist gestiegen – aber Sicherheit nicht im gleichen Maße.

Pride illustriert diese Spannung fast perfekt. Auf der einen Seite: eine globale Party, die Millionen Menschen zusammenbringt. Auf der anderen Seite: Polizeischutz, Bedrohungslagen, rechte Gegenproteste. In Städten wie Budapest wurden Pride-Demonstrationen 2025 massiv eingeschränkt oder politisch bekämpft. Aktivist:innen gingen trotzdem auf die Straße. Sichtbarkeit wurde hier zur bewussten Form von Widerstand, die einen Aufenthalt im Gefängnis nach sich ziehen kann.

Das rechte Narrativ der „progressiven, woken, linken Gesellschaft“ hält sich trotzdem hartnäckig. Aber ist das wirklich die Realität? Die Realität ist eine andere: Queerness wird gefeiert, solange sie sich verkaufen lässt – und delegitimiert, sobald politische Forderungen ins Spiel kommen oder sie unbequem wird. Als US-Präsident Trump 2025 damit drohte, staatliche Zuschüsse zu streichen, wurden die Regenbogenkampagnen und Diversitätsausschüsse vieler Unternehmen in den USA sofort gestrichen. Diese Diskrepanz zeigt sich auch in der Art, wie queere Identität verhandelt wird: als Trend versus als Realität. „Queer“ ist ein Buzzword in der Fashion, ein Filter auf TikTok und eine Kategorie im Streaming-Menü. Gleichzeitig bleibt es für viele Menschen weltweit ein Risiko, sich zu outen – im Job, in der Familie, auf der Straße.

2026
Pride ist mehr als eine Feier: Es ist eine Erinnerung an die queeren Kämpfer:innen, die vor uns kamen.

1969
Nach einer Polizeirazzia im „Stonewall Inn“ leisteten queere Menschen erstmals massiven Widerstand.

Die eigentliche Frage ist: Wer bleibt, wenn Queersein plötzlich nicht mehr vermarktbar ist?

Dass mehr Sichtbarkeit auch mehr Gegenwehr erzeugt, ist historisch kein neues Phänomen. Stonewall 1969, die Geburtsstunde der modernen LGBTQIA+-Bewegung, war keine Party, sondern ein Aufstand gegen Polizeigewalt und brutale Razzien in Schwulenbars. Jede Phase des Fortschritts wurde von einer Gegenbewegung begleitet – oft aggressiver und lauter als der queere Protest.

Heute erleben wir eine neue Version dieses Musters. Gender, Pronomen, Trans*-Rechte – Themen, die eigentlich um Selbstbestimmung kreisen, werden zu ideologischen Kampfzonen stilisiert. Queerness ist nicht mehr nur Identität, sondern ein politisches Symbol. Und damit natürlich auch eine Projektionsfläche.

Die Debatten um trans* Athlet:innen zeigen das exempla-

MEHR *Sichtbarkeit erzeugt auch mehr Gegenwehr.*

Fotos: Getty Images

Zirkuszelt
Die Aussage von Bundeskanzler Merz gegen das Hissen der Regenbogenflagge auf dem Bundestag traf sowohl auf Kritik als auch Zustimmung.

Trans* im Sport
Die Fälle Caster Semenya, Laurel Hubbard und Imane Khelif zeigen, wie schnell Geschlecht im Spitzensport zum politischen Kampfbegriff wird.

Pride als Protest
Trotz staatlicher Verbote war die Pride Parade in Budapest 2025 eine der größten Demonstrationen in der Geschichte Ungarns.

Real, no Rage-Bait
Statt auf differenzierte Debatten setzen J.K. Rowling und Elon Musk lieber auf Reichweite durch Polarisierung.

From Visibility to Backlash
Der Fall Dylan Mulvaney zeigt, wie schnell aus Sichtbarkeit ein Kulturkampf wird.

risch. Anstelle nuancierter, empathischer Diskussionen dominieren vereinfachte, emotionalisierte Argumente – oft gespeist aus Angst, Unwissen oder gezielter Desinformation. So war es etwa bei Laurel Hubbard, die als erste trans* Frau bei Olympischen Spielen startete, und so ist es noch bei Caster Semenya (intergeschlechtlich). Für Olympia 2028 gibt es nun eine klare Regel: Trans* Frauen sind von der Teilnahme an Frauenwettbewerben ausgeschlossen. Zudem wird von allen Sportlerinnen ein Geschlechtertest verlangt. Dass solche Diskussionen auch cis Frauen treffen können, sah man bei Boxerin Imane Khelif, einer cis Frau, die nicht traditionell weiblich aussieht und durch einen nicht näher erklärten Geschlechtertest von der WM ausgeschlossen wurde. Sie wurde zudem in transfeindliche Narrative hineingezogen und muss nun ihr Geschlecht beweisen.

Parallel dazu befeuern prominente Stimmen die Kulturkämpfe. J.K. Rowling positioniert sich seit Jahren gegen Trans*-Rechte, und Elon Musk verbreitet wiederholt Anti-trans-Narrative auf seiner Plattform X. Ihre Reichweite verschiebt den Diskurs – weg von Betroffenen und hin zu Meinungsführer:innen mit enormem Einfluss.

Politisch wird es noch konkreter: In den USA wurden allein 2023 über 500 Anti-LGBTQIA+-Gesetzesinitiativen eingebracht, viele davon explizit gegen trans* Menschen gerichtet. Es geht um Gesundheitsversorgung, Schulcurricula, öffentliche Sichtbarkeit – also um fundamentale Rechte.

Auch in Europa ist der Backlash spürbar. In Polen erklärten sich Gemeinden zu „LGBT-freien Zonen", Ungarn verschärfte unter Orban Gesetze gegen die „Darstellung von Homosexualität", die erst fünf Jahre später vom Europäischen Gerichtshof für rechtswidrig erklärt worden sind. Selbst in Deutschland, wo mit dem Selbstbestimmungsgesetz ein Fortschritt erreicht wurde, zeigt der politische Diskurs, wie polarisiert das Thema ist. Bundestagsdebatten wurden teilweise zur Bühne für Polemik – mehr „Zirkuszelt" als sachliche Auseinandersetzung.

Und dann sind da noch die popkulturellen Flashpoints: Der Backlash gegen Bud Light nach der Kooperation mit der trans* Influencerin Dylan Mulvaney, der Boykottaufrufe und Drohungen nach sich zog, ist ein Paradebeispiel dafür, wie schnell Sichtbarkeit kippen kann.

Es ist klar: Fortschritt ist kein stabiler Zustand. Er ist fragil, umkämpft und offenbar auch reversibel. Deswegen brauchen wir immer wieder einen kleinen Reality-Check. Raus aus der Bubble, rein in die Realität queerer Lebenswelten.

Fotos: Getty Images

Coming-ins und -outs

Janelle Monáe spricht sich für ein „Coming-in" aus, und Billie Eilish wurde mit ihrem Coming-out überrumpelt.

Why You Keep COMING OUT

Eine Frage, die queeren Menschen immer wieder gestellt wird: Wie war eigentlich dein Coming-out? Oh – meinst du das vor meinen Eltern? Vor meinen Kolleg:innen? Vor dem Bäcker, der mich gefragt hat, ob ich meinem Freund Frühstück bringe? Oder das vor dir, gerade eben, als du mich nach meinem Coming-out gefragt hast? Denn das Coming-out ist kein einzelner Moment. Es ist ein Prozess – oft ein lebenslanger. Anders als die klassische Erzählung vom „großen Geständnis", das alles verändert, besteht queeres Leben aus unzähligen kleinen Entscheidungen: Korrigiere ich die Annahme meines Gegenübers? Lasse ich es stehen, um mich zu schützen? Studien zeigen, dass genau diese permanente Selbstverortung belastend sein kann. Laut einer Untersuchung der American Psychological Association berichten LGBTQIA+-Personen signifikant häufiger von Stress durch das sogenannte „identity management", also die kontinuierliche Entscheidung, ob und wie man sich zu erkennen gibt. Es ist ein mentaler Aufwand, den viele hetero- und cisgeschlechtliche Menschen nie bewusst erleben. Was hilft? Community. Räume, in denen man sich nicht erklären muss, weil man bereits verstanden wird. Queere Bars, Kollektive, Onlineforen, Freund:innenkreise – sie sind mehr als nur soziale Orte. Sie sind Schutzräume, Resonanzräume, manchmal sogar Überlebensräume. Doch vielleicht liegt ein Teil der Lösung auch darin, die Verantwortung zu verschieben. Warum ist es immer noch an queeren Menschen, sich zu erklären? Warum nicht die Norm selbst hinterfragen? Eine kleine, aber wirkungsvolle Praxis: sich mit Pronomen vorstellen – unabhängig davon, ob man queer ist oder nicht. „Hi, ich bin Hannah, sie/ihr." Es ist ein einfacher Satz, der signalisiert: Geschlecht ist keine Selbstverständlichkeit. Und: Du musst dich hier nicht allein sichtbar machen.

Fotos: Elizabeth Renstrom (1), Getty Images (2)

The Dolls + VISIBILITY

Wer wird sichtbar – und wer nicht? Auch in queerer Repräsentation gelten Regeln: Nähe zu klassischen Schönheitsidealen – „Passing“ (also als cis gelesen zu werden) – sowie Faktoren wie Race und Class entscheiden oft darüber, wer gesehen, gefeiert und gebucht wird. Sichtbarkeit ist nie neutral. Sie schafft Räume – und schließt andere aus. Die „Dolls“ von heute bewegen sich genau in diesem Spannungsfeld: zwischen Empowerment, Projektion und der Frage, wer im Mainstream Platz findet.

Hunter Schafer
Schauspielerin und trans Icon: Mit „Euphoria“ wurde sie bekannt, heute ein Weltstar.*

AARIANA ROSE PHILIP
Als schwarze, trans und behinderte Frau verschiebt sie die Grenzen dessen, wen die Modeindustrie sichtbar macht – und wie.*

INDYA MOORE
Der:die nichtbinäre Schauspieler:in steht für eine inklusive Vision von Queerness – laut und intersektional.

KAI SCHREIBER
Next Generation: Als Tochter von Naomi Watts und Liev Schreiber steht Kai für eine neue, selbstverständliche Form von Gender-Fluidität.

KIM PETRAS
Coverstar mit globalem Impact: Als erste trans Frau gewann Kim Petras einen Grammy.*

Alex Consani
Model, Internet-It-Girl, Gen-Z-Ikone: Sie macht Transidentität sichtbar, ohne sie erklären zu müssen.

VALENTINA SAMPAIO
Als erste trans Frau bei Victoria's Secret wurde sie zum Symbol eines Branchenwandels – und 2024 auch zum „GLAMOUR Women of the Year“-Star.*

EMMA CORRIN
Nonbinary Visibility im Mainstream: Emma bricht Geschlechtergrenzen auf.

VIVIAN JENNA WILSON
Als trans Tochter von Elon Musk wurde sie durch den öffentlichen Bruch mit ihrem Vater zur Stimme einer Generation, die sich selbst definiert.*

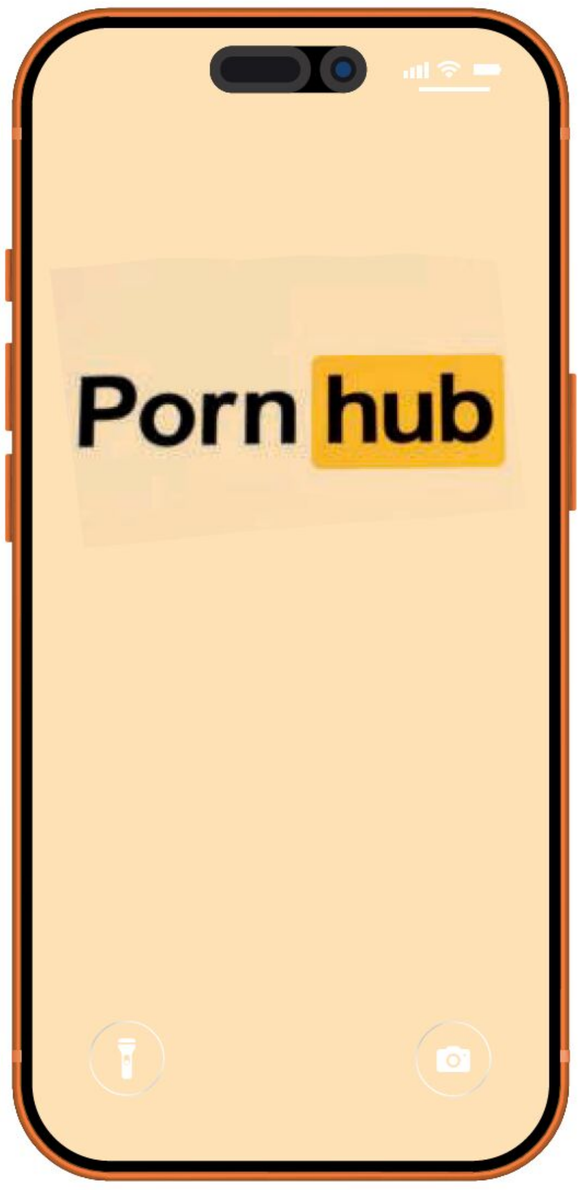
Fotos: Getty Images

THE *Paradox:* DESIRE *vs.* HATE

TRANS* IST PLATZ 2

DER MEISTBESUCHTEN KATEGORIEN AUF PORNHUB 2025, DAVOR STEHT NUR „LESBIAN“. VON 2024 AUF 2025 IST DIESE KATEGORIE UM FÜNF PLÄTZE GESTIEGEN. IM QUEERFEINDLICHEN RUSSLAND IST TRANS* SOGAR AUF PLATZ 1.

Es ist eines der verstörendsten Paradoxe unserer Gegenwart: Während Transkörper zu den begehrtesten Fantasien auf pornografischen Websites gehören, steigt gleichzeitig weltweit die Gewalt gegen trans* Menschen. In den jährlichen Reports von Pornhub taucht die Kategorie „Transgender“ seit Jahren unter den meistgesehenen auf. Laut dem Report von 2025 ist sie im Vergleich zum Vorjahr um fünf Plätze gestiegen. Trans* Körper sind damit kein Randphänomen, sondern zentraler Bestandteil globaler sexueller Fantasien. Sie werden geklickt, konsumiert, begehrt. Gleichzeitig wurden laut der Organisation Transgender Europe (TGEU) allein zwischen Oktober 2024 und September 2025 weltweit fast 300 trans* und genderdiverse Menschen ermordet. Und die Dunkelziffer ist hoch. Besonders betroffen sind Schwarze trans* Frauen sowie trans* Frauen of Color und Sexarbeiter:innen. Auch in Europa und Deutschland steigt die Zahl transfeindlicher Übergriffe, wie Polizei- und NGO-Daten zeigen.

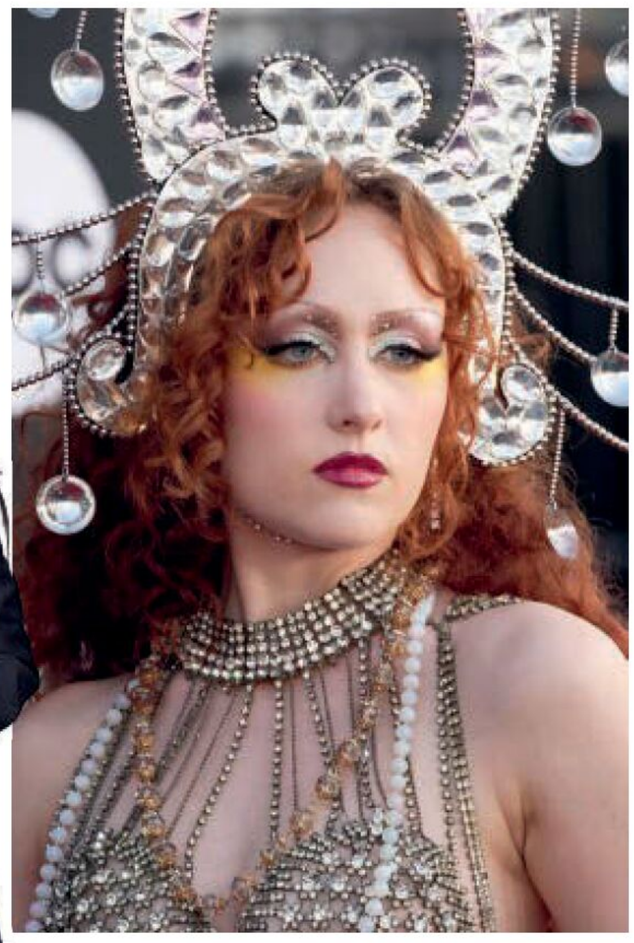


Wie passt das zusammen? Ein Teil der Antwort liegt in der Art des Begehrens selbst. Fetischisierung bedeutet nicht Anerkennung – sie bedeutet Reduktion. Trans* Menschen werden dabei nicht als Personen wahrgenommen, sondern auf ihren Körper und ihre vermeintliche „Andersartigkeit“ reduziert. Das Begehren bleibt anonym, oft versteckt, häufig entkoppelt von Empathie. Und diese Entkopplung ist entscheidend. Wer einen Körper konsumiert, ohne die Realität dahinter anzuerkennen, kann ihn gleichzeitig begehren und abwerten. In Studien der APA (American Psychological Association) zur sogenannten „sexual objectification“ wird genau dieser Mechanismus beschrieben: Menschen, die primär als Objekt wahrgenommen werden, sind stärker von Entmenschlichung betroffen – eine Voraussetzung dafür, dass Gewalt leichter gerechtfertigt oder ausgeblendet wird.

Hinzu kommt ein gesellschaftliches Klima, in dem Trans*-Identität gleichzeitig hypersichtbar ist und politisch angegriffen wird. Sichtbarkeit allein reicht deshalb nicht. Repräsentation muss über den Körper hinausgehen, Geschichten erzählen, Komplexität zeigen, Subjektivität zulassen. Es geht darum, trans* Menschen nicht nur zu sehen, sondern zu verstehen – jenseits von Projektion und Konsum.

Foto: Getty Images

QUEER *Joy* – CULTURE *Now*



Queer Culture ist aktuell nicht nur sichtbar – sie definiert den Zeitgeist. Im Kontext von Pop, Fashion und Ballroom entstehen Räume, in denen Identität nicht erklärt, sondern gefeiert wird. Und doch bleibt alles politisch. Zwischen Parade und Protest bleibt Pride ein Spannungsfeld. Für die einen ist es Party, für die anderen Überlebenskampf. Sponsoren-Logos treffen auf Aktivismus, Glitzer auf Polizeischutz. Vielleicht ist genau das die Wahrheit von Pride heute: ein Raum, der alles gleichzeitig sein muss – laut, widersprüchlich, politisch. Und vor allem: notwendig.

IN MUSIC

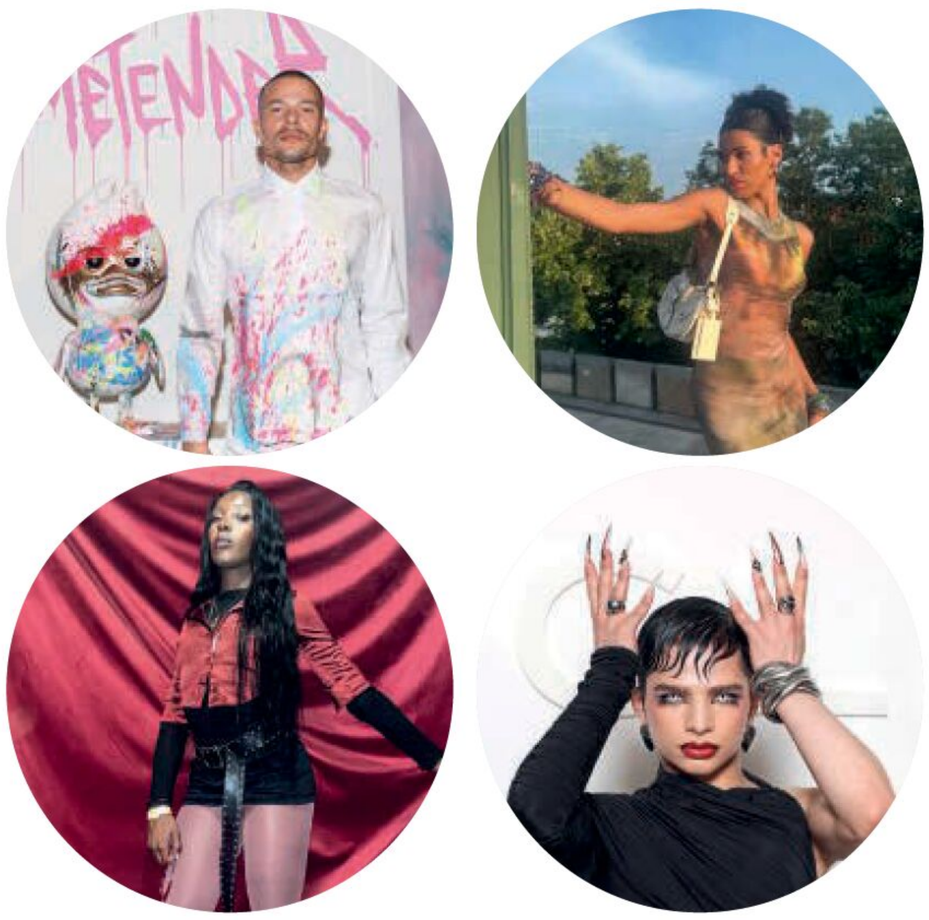
***1** Chappell Roan liefert queeren Pop, der sich bewusst campy, laut und kompromisslos anfühlt. **2** Troye Sivan inszeniert mit Tracks wie „One Of Your Girls" queeres Begehren als selbstverständlichen Mainstream. **3** Billie Eilish spielt mit Fluidität, ohne sich festzulegen – und genau darin liegt ihre Kraft. **4** Artists wie 2Krispii zeigen, wie sehr sich queere Musik auf TikTok entwickeln kann – irgendwo zwischen Satire, Kunst und Aktivismus.*

THE FASHION

Der Red Carpet wird zur Spielfläche für Gender-Experimente. Noah Cyrus (1), Emma Corrin (2) und Bella Ramsey (3) tragen Looks, die sich klassischen Kategorien entziehen – nicht als Statement, sondern als Selbstverständlichkeit. Fashion dient hier nicht als Verkleidung, sondern als Erweiterung von Identität.

THE QUEENS

Ballroom lebt – und mit ihm eine Szene, die seit Jahrzehnten queere Kultur prägt. Entstanden in den 1960er- und 1970er-Jahren in Schwarzen und Latinx Communitys in New York, war Ballroom nie nur Performance, sondern immer auch Überlebensstrategie: ein Raum für diejenigen, die von der Mehrheitsgesellschaft ausgeschlossen wurden. Heute tragen Protagonist:innen wie Carlos Basquiat, Honey Balenciaga, Jade Joana Mugisha oder Seyram Noemi Abra Deh dieses Erbe weiter – und entwickeln es gleichzeitig neu. Sie stehen für eine Generation, die Ballroom als Community, als politisches Statement sieht. Visibility bedeutet, sich hier gegenseitig zu sehen – und zu schützen.



Fotos: @feddefar (1), @seyramnoemi (1), @jadedoralive (1), Getty Images (8)

The power of a detour

Kim Petras über Pride als Haltung, Kontrolle als Selbstermächtigung – und ein Album, das sich wie ein Befreiungsschlag anfühlt.

FOTOS: ANTHONY ARQUIER
TEXT, INTERVIEW & STYLING: THERESA PICHLER

Strickkleid und Fransen-Manschetten, beides von Ferragamo. Ohrringe: Susa Beck

Korsagen-Minikleid von Stefan Uhr. Schmuck: Tiffany & Co. Heels: Dior

M

„Plötzlich gab es diese Vorstellung davon, was für eine *Künstlerin* ich sein sollte. Dabei wollte ich nur Musik machen, die mir gefällt.“ KIM PETRAS

Manchmal ist ein Umweg keine Abweichung, sondern der einzige Weg zurück zu sich selbst. Kaum jemand verkörpert das derzeit so radikal wie die deutsche Pop-Obsession Kim Petras. Als erste offen trans* Künstlerin erreichte sie mit „Unholy“ die Spitze der US-Billboard-Charts und gewann 2023 gemeinsam mit Sam Smith einen Grammy. Was bei anderen nach Image aussieht, ist bei ihr Haltung: Hyperfemininität, Club-Referenzen, große Pop-Gesten, präzise Mode-Codes – alles ist kontrolliert, alles bewusst, alles Teil einer künstlerischen Welt, die sie sich über Jahre selbst aufgebaut hat.

Schon als Teenagerin entschied sie sich, öffentlich über ihre Transition zu sprechen – nicht, um Schlagzeilen zu produzieren, sondern um für ihre eigene Wahrheit einzustehen. Mit 13 Jahren sprach Kim Petras bei „Stern TV“ über ihre Hormonbehandlung und wurde kurz darauf durch eine Reportage über ihre Transidentität international bekannt. Sie stand offen für ein Leben ein, über das damals kaum jemand sprechen wollte. Nicht als Provokation, sondern als frühe Form von Selbstermächtigung. Öffentlich und laut setzt sie ihre Geschlechtsangleichung durch, obwohl dieser Schritt in Deutschland damals eigentlich Volljährigkeit voraussetzte, bekommt sie eine Ausnahmegenehmigung für die Operation und wird so nicht nur zu der jüngsten trans* Frau weltweit, sondern auch zum Rolemodel.

Aber Kim Petras wollte nie nur ein Symbol sein. Sie wollte Pop. Und sie wusste früh ziemlich genau, wie groß dieser Pop werden sollte. Als sie in Deutschland keinen Plattenvertrag bekam, ging sie mit 19 Jahren nach Los Angeles, schlief auf fremden Sofas, finanzierte sich mit dem Geld aus ersten Songwriting-Jobs und schrieb Songs in Dauerschleife. Mit „Unholy“ wurde die aus der Nähe von Köln stammende Künstlerin in den USA zum Weltstar – und endgültig unübersehbar.

Aber mit „Unholy“ kam nicht nur globale Sichtbarkeit, sondern auch Druck. Mehr Erwartungen. Mehr Stimmen von außen. Mehr Menschen, die meinten, zu wissen, wie Kim Petras als Nächstes zu klingen, auszusehen, zu funktionieren habe.

Also hat sie neu angesetzt: im engen Freund:innenkreis, mit neuen Kollaborationen, mit mehr Kontrolle über den Sound – und der Trennung von ihrem Plattenlabel. Mit „Detour“, ihrem dritten und selbst finanzierten Album, bei dem sie erstmals auch als Co-Produzentin aller Songs fungiert, macht Kim Petras genau daraus ein Statement. Es ist ein Befreiungsschlag: weg von Erwartungen, Labels und Druck, zurück zur eigenen Kontrolle. Kim Petras ist nicht deshalb spannend, weil sie Geschichte geschrieben hat. Sondern weil sie gerade zeigt, was danach kommt.

Für GLAMOURs Pride Issue spricht sie über kreative Freiheit, den Bruch mit alten Erwartungen, Mode als Rüstung, queere Sichtbarkeit in politisch aufgeladenen Zeiten – und darüber, warum wahre Selbstermächtigung manchmal genau dort beginnt, wo man aufhört, um Erlaubnis zu bitten.

GLAMOUR: Was bedeutet „Detour“ für dich?

Es ist wie eine Neuerfindung. Und wie Erwachsenwerden. Ich wollte Musik machen, die für einen Moment alles um mich herum ausblendet. Songs, die nicht funk-

Schluppenbluse, Midirock, Ohrringe, Kette, Gürtel, Ring und Overknee-Boots, alles von Gucci

tionieren müssen, sondern ehrlich sind. Viele davon haben mich als Songwriterin auf ein neues Level gebracht, weil sie näher an meinem echten Leben sind als vieles davor.

Warum „Detour“?

Weil ich das Gefühl hatte, auf einem Weg zu sein, der nicht mehr ganz meiner war. Major-Label, Hit-Druck, Charts, Erwartungen. Plötzlich gab es diese Vorstellung davon, wie ich als Künstlerin klingen, aussehen, funktionieren sollte. Dabei wollte ich eigentlich nur Musik machen. Musik, hinter der ich wirklich stehe, die mir gefällt. Ich musste weg von diesem Weg, den andere für mich gebaut hatten, und meinen eigenen finden. Deshalb „Detour“. Es fühlte sich an wie das Ende einer Straße. Und ich musste eine andere nehmen, um Musik wieder lieben zu können.

Du hast dich öffentlich von deinem Label gelöst. War das der Moment, in dem du dir die Kontrolle zurückgeholt hast?

Ich musste mich aus einer Situation befreien, in der andere bestimmt haben, was ich tun darf. Mein Album war längst fertig, trotzdem durfte es nicht raus. Stattdessen wurde Druck aufgebaut: Wenn du dies oder das nicht machst, gibt es keinen Release.

Ist „Detour“ dein persönlichstes und vielleicht mutigstes Album?

Ja. Denn mir ist egal, ob es allen gefällt oder nicht. Dieses Album ist für mich. Ich wollte Pop weiterdenken. Nach Zukunft klingen, nicht nach Vergangenheit. Zum ersten Mal style ich mich selbst. Ich habe meine eigene visuelle Stimme gefunden. Viele kennen mich für sehr süße Pop-Momente, sehr sexuelle Songs oder düstere Tracks. „Detour“ zeigt auch eine sanftere Seite von mir, die ich bisher kaum gezeigt habe. Es geht darum, Rollenbilder und Personas abzulegen und ehrlicher zu sein.

„Trans zu sein, ist keine Entscheidung. Niemand entscheidet sich dafür, sich zu verstecken oder sich selbst zu unterdrücken. Das ist kein echtes Leben.“*

KIM PETRAS

Was hat dich bei den Aufnahmen an dir selbst am meisten überrascht?

Dass ich eine ziemlich gute Produzentin bin. Als Co-Produzentin bei allen Songs konnte ich den Sound wirklich mitprägen. Ein Teil des Albums ist während der Brände in Los Angeles entstanden. Ich musste mein Haus evakuieren, fuhr mit Freund:innen in die Wüste und schrieb dort einfach weiter. Das hat mir gezeigt: Ich kann überall Musik machen. Ich kann einfach arbeiten. Ich kann einfach ich selbst sein. Das ist Freiheit.

Wir sprechen für unsere Pride-Ausgabe – was bedeutet Pride für dich im Jahr 2026?

Pride fühlt sich 2026 ehrlich gesagt kompliziert an. Einerseits bin ich stolz, wenn ich sehe, wie viele großartige trans* Frauen gerade sichtbar sind und abliefern. Wenn ich jemanden wie Alex Consani sehe, denke ich sofort: „Du bist die Coolste!“ Das gibt mir Hoffnung. Gleichzeitig ist die Welt beängstigend. So viel Hass, Unsicherheit, Rückschritt. Es gibt beides gleichzeitig: mehr Sichtbarkeit und mehr Gegenwehr gegen genau diese Sichtbarkeit. In vielerlei Hinsicht ist es heute schwerer denn je, einfach man selbst zu sein, ohne bewertet zu werden.

Du bist für viele Menschen ein Symbol von Sichtbarkeit und Hoffnung. Gleichzeitig willst du nicht auf deine Identität reduziert werden. Wie hältst du diese Balance?

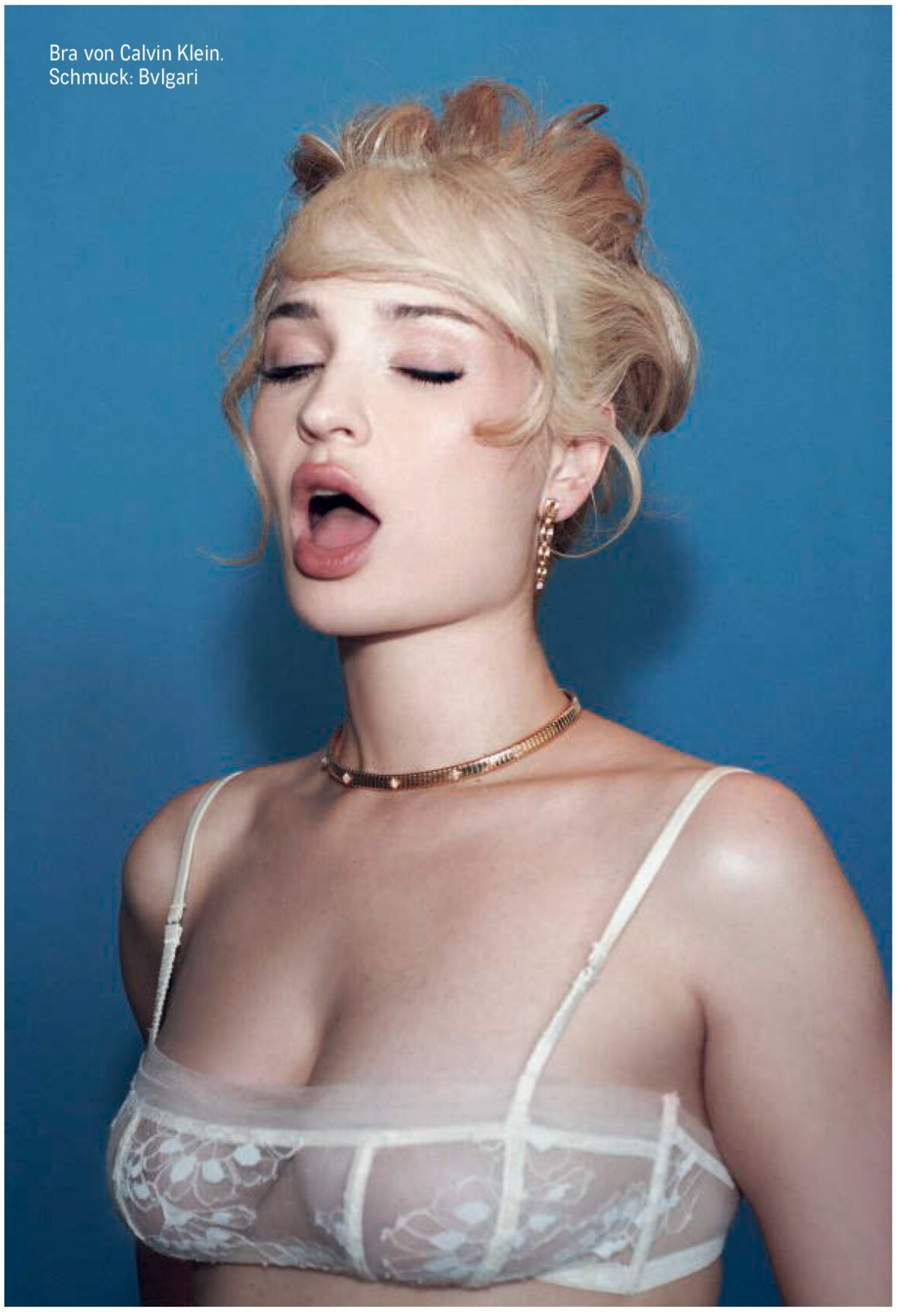
Ich finde es sehr wichtig, über Transidentität zu sprechen. Es darf nie ein Tabuthema werden, denn genau das hält Dinge auf. Ich setze mich auch politisch für trans*-Rechte ein, weil ich gar nicht anders kann. Gleichzeitig sehe ich mich zuerst als Künstlerin und will über meine Musik ernst genommen werden. Trans* zu sein, ist ein Teil von mir – aber nicht die ganze Geschichte. Es ist eine Wahrheit über mich, aber nicht mein einziger Kontext.

Was wünschst du dir, dass Menschen über trans* Leben endlich verstehen?

Dass es keine Entscheidung ist. Niemand entscheidet sich dafür, sich zu verstecken oder sich selbst zu unterdrücken, wenn das die eigene Wahrheit ist. Das fühlt sich nicht gut an. Das ist kein echtes Leben. Mein Grundsatz ist simpel: leben und leben lassen. Menschen sollten einfach weniger urteilen.

Welche Zukunft wünschst du dir für junge trans* Mädchen, die heute aufwachsen?

Ich wünsche mir eine Zukunft, in der es gar nicht so viel bedeutet, ein trans* Mädchen zu sein. In der es einfach heißt: Du bist genauso viel wert wie alle anderen. Du kannst jeden Job bekommen, den du willst, erfährst keine Diskriminierung und wirst nicht als weniger angesehen. Gleichheit für alle – das wäre doch ein ziemlich gutes Ziel.


Bra von Calvin Klein.
Schmuck: Bvlgari

„Ich wünsche mir eine Zukunft, in der es gar nicht so viel bedeutet, ein trans Mädchen zu sein. Du bist genauso viel wert wie alle anderen.“* KIM PETRAS

Was gibt dir in solchen Momenten Halt?
Ganz klar: meine Freund:innen. Die Menschen, die mir am nächsten sind. Und meine Fans. Ein Teil von mir fühlt sich ihnen gegenüber wie eine große Schwester. Viele meiner Fans sind jüngere queere Kids oder Menschen, die gerade erst herausfinden, wer sie sind. Für sie möchte ich diese Stimme sein. Ich möchte, dass sie meine Songs hören – im Zug, im Bus, in den Momenten, in denen sich die Welt feindlich anfühlt. Wenn sie vielleicht ihr cutes Outfit unter einer dicken Jacke verstecken, nur um in Ruhe gelassen zu werden. Ich kenne dieses Gefühl so gut. Ich will diese Stimme sein, die sagt: „Ich verstehe dich. Du bist genau richtig, so wie du bist.“

In deinen ersten Jahren in L.A. hast du zeitweise mit nur fünf Dollar am Tag gelebt.
Ich habe früh gelernt, mit wenig auszukommen. In Deutschland habe ich gekellnert und alles zusammengespart. Mit 16 hatte ich dann einen Songwriting-Deal mit Universal und schrieb unter anderem Werbejingles für T-Mobile. Mit dem Geld bin ich nach L.A. gegangen. Dort kannte ich genau einen Produzenten und schlief eineinhalb Jahre auf seiner Couch im Gästezimmer. Ich habe immer auf Englisch geschrieben, ich habe amerikanischen Pop geliebt. Für mich war klar: Wenn ich das wirklich will, muss ich dorthin. Meine Eltern haben sich natürlich Sorgen gemacht, aber sie wussten auch, dass ich das wirklich wollte.

Wusstest du schon früh, dass du Sängerin werden willst?
Ja. Ich komme aus einer sehr musikalischen Familie. Meine Mutter und meine Schwester singen, mein Vater spielt mehrere Instrumente. Musik war immer da. Natürlich klingt es erst mal verrückt, wenn man sagt: „Ich werde Popstar.“ Deshalb war mein vernünftiger Plan, erst einmal Songwriterin zu werden und diesen Weg später zu nutzen, um selbst Popstar zu werden.

Gab es auf dem Weg viele Zweifel von außen?
Meine Familie hat mich immer unterstützt. Die größten Zweifel kamen von Leuten in der Schule, von Fremden, von Menschen online. Aber meine Eltern waren immer sehr klar: „Mach, was dich glücklich macht, aber arbeite hart dafür.“ Meine Mutter ist Tanzlehrerin, mein Vater Architekt. Beide haben ihre Leidenschaft zum Beruf gemacht. Ich hatte also wirklich Glück. Meine Schwestern haben sich natürlich manchmal über mich lustig gemacht, aber das gehört dazu.

„Unholy“ war ein weltweiter Moment. Was hat dieser Erfolg mit dir gemacht?
Meine ganze Karriere lang dachte ich, ich brauche nur einen Hit, um wirklich glücklich zu sein. Oder um

Crop Top, Wide-Leg-Pants und lange Lederhandschuhe, alles von Balenciaga

als erfolgreich zu gelten. Ehrlich gesagt habe ich mich aber schon erfolgreich gefühlt, als meine Shows in L.A. und New York ausverkauft waren, ich Alben gemacht habe, die ich liebe, und diese echte Verbindung zu meinen Fans hatte. Nur um mich herum gab es immer dieses Narrativ, dass ich einen Hit brauche. Und als „Unholy" dann passiert ist, dachten plötzlich auch alle anderen: „Okay, jetzt ist sie erfolgreich." Ich bin diesem Song und Sam Smith für immer dankbar. Aber gleichzeitig wurden die Stimmen von außen plötzlich viel lauter. Viel mehr Menschen wollten mitreden und bestimmen, wie ich diesen Moment „maximiere". Und genau das hat sich irgendwann nicht mehr nach dem angefühlt, warum ich Musik mache. Ich mache Musik wegen der Kunst. Wegen des Schreibens, des Performens und der Verbindung zu meinen Fans. Nicht, damit alle in der Industrie ein Mitspracherecht an meinem nächsten Schritt haben. Ich musste lernen, zu vielem Nein zu sagen und mich neu zu sortieren.

Das heißt: Der Erfolg, von dem du dachtest, er würde dir Freiheit geben, hat dir erst mal Freiheit genommen?

Ich dachte immer, wenn ich einmal einen Hit habe, kann ich endlich machen, was ich will. Aber es war das komplette Gegenteil. Heute habe ich endlich das Gefühl, die Musik veröffentlichen zu können, die ich wirklich machen will – und zwar genau so, wie ich es will. Ich muss nichts mehr verändern, nur weil irgendjemand meint, es müsse so sein. Ich muss keine Songs mehr auf ein Album packen, die dort für mich nicht hingehören.

Wo hört Kim Petras als Privatperson auf und wo beginnt sie als Künstlerin?

Privat denke ich viel nach, vielleicht zu viel. Auf der Bühne muss ich nicht nachdenken. Da passiert alles ganz natürlich. Die Künstlerin Kim Petras ist wie eine übersteigerte Version von mir. Privat bin ich viel zurückgezogener. Ich mag Anonymität, ich mag meine engen Freund:innen. Ich muss nicht immer flashy sein oder gesehen werden. Die Bühne ist die maximale Version meiner selbst, erschaffen, um mich komplett ausdrücken zu können. Es ist irgendwie Drag. Und ich glaube, jede:r braucht manchmal genau so ein Ventil. Früher habe ich diese Bühnenversion von mir auch im echten Leben zu sehr weitergetragen. Irgendwann hat das alles überlagert. Heute ziehe ich da viel bewusstere Grenzen. Ich schütze mein Privatleben viel mehr. Das war eine wichtige Lektion.

> „Ich habe mich von allem *befreit*, wovon ich mich befreien *musste*."
> KIM PETRAS

Was bedeutet Mode für dich: Instinkt, Rüstung, Performance?

Alles. Mode war für mich schon immer essenziell. Ich bin nach der Schule nach Hause gerannt, um Karl Lagerfelds Chanel- oder John Gallianos Dior-Shows zu schauen. Ich war besessen von dieser Fantasie, die Mode erschaffen kann – von Welten, Stimmungen, Geschichten. Für mich hat das total viel mit Musik zu tun. Ich gehe sogar lieber gestylt als in Sweatpants ins Studio. Ich muss mich in meinem Look wohlfühlen – dann singe ich besser, dann arbeite ich besser.

Hilft dir Mode dabei, deine Bühnenversion sichtbar zu machen?

Mode hilft mir, ein Bild zu erschaffen, eine Fantasie, eine Haltung. Ich liebe den Gedanken, dass man manchmal sein Leben verändern kann, indem man seinen Look verändert. Je älter ich werde, desto wichtiger ist mir, dass alles zu mir passt. Ich will keine Dinge mehr, die sich nur zu 80 Prozent richtig anfühlen. Ich will nur noch Dinge, die sich zu 100 Prozent richtig anfühlen.

Du arbeitest viel mit Vintage-Pieces aus Marc Jacobs' Louis-Vuitton-Zeit. Warum gerade diese Ära?

Ich baue mir gerade mein eigenes Archiv auf, mit Stücken und Kollektionen, die ich liebe. Ich sammle Dinge, die mir wirklich etwas bedeuten. Vieles davon stammt aus Marc Jacobs' Zeit bei Louis Vuitton. Ich liebe Marc Jacobs. Er war bei diesem Projekt unglaublich unterstützend, und ich liebe diese Romantik, die Vuitton in dieser Zeit hatte. Ich kaufe Stücke aus 2006, 2008 oder 2011 – Dinge, die sich nach mir anfühlen und meine Looks persönlicher machen. Gerade für „I Like Your Look" hat diese Marc-Jacobs-Doll-Ästhetik perfekt gepasst. Der Song handelt davon, sich seiner Identität nicht ganz sicher zu sein und cooler wirken zu wollen, als man sich eigentlich fühlt. Dieses leicht Puppenhafte, fast Künstliche, das war visuell genau richtig.

Wo findest du all diese Vintage-Schätze?

Überall. Ich shoppe in jeder Stadt, in der ich bin. Und natürlich bei The RealReal, Vinted, Vestiaire Collective, Depop, Poshmark. Ich habe überall Alerts aktiviert und muss mich manchmal wirklich bremsen.

GLAMOUR feiert Frauen mit Haltung. Welche haben dich geprägt?

Definitiv Madonna, Gwen Stefani, Kylie Minogue, Grace Jones, Janet

T-Shirt von
Jeanne Riot.
Skinny Pants
von 032c.
Ring: Susa Beck

Minikleid und Loafer-Heels, beides von MM6 Maison Margiela. Strumpfhose: Falke. Schmuck: Bvlgari

„Meinem *jüngeren Ich* würde ich versprechen, gut auf es aufzupassen. Und ich würde ihm sagen: *Lebe ein bisschen mehr.*“ KIM PETRAS

Haare: Adiam Habtezion/Opus Beauty; Make-up: Sabina Pinsone/Opus Beauty; Maniküre: Tanja Gravina/Opus Beauty; Set Designer: Pertti Hagelstein; Set Assistant: Clara Goulard; Photo Assistant: Manon Bailo; Senior Fashion Editor: Madeline Dangmann; Visuals Editor & Producerin: Viki Domeier

Jackson. Aber auch Tippi Hedren und Catherine Deneuve. Mich faszinieren Frauen, die keine Angst vor ihrer Sexualität haben, keine Angst davor, sie selbst zu sein – und genau wissen, wer sie sind.

Müssen weibliche Popstars heute immer noch härter kämpfen, um als Künstlerinnen ernst genommen zu werden?

Absolut. Pop, vor allem wenn er sexy, bunt oder sehr visuell ist, wird immer noch unterschätzt. Sobald etwas sehr feminin, glamourös oder verspielt ist, gilt es schnell als weniger „ernst“. Dabei ist es hochintelligent, ein Image zu erschaffen, eine visuelle Sprache, eine Marke, eine Ästhetik. Pop muss gleichzeitig smart und zugänglich sein, emotional tief – und trotzdem so direkt, dass man ihn nachts um drei im Club mitsingen kann. Diese Balance ist unglaublich anspruchsvoll. Und Frauen kämpfen immer noch häufiger mit dem Vorurteil, dass „hinter ihnen“ jemand anderes steckt, der alles macht. Ich weiß nicht, warum dieses Narrativ immer noch existiert. Aber es existiert.

Was bedeutet Macht heute für dich?

Macht bedeutet für mich, wirklich zu wissen, wer du bist. Zu wissen, was du schön findest, wofür du kämpfen willst, was du akzeptierst und was nicht. Es bedeutet, Kontrolle über das eigene Leben zu haben, aber auch, weich, lieb und freundlich sein zu dürfen. Echte Stärke zeigt sich oft genau darin: Wenn du wirklich sicher in dir bist, musst du nicht hart sein, um mächtig zu wirken.

Was kommt nach „Detour“?

Ich schreibe schon am nächsten Album. Es ist ein komplett anderes Konzept. Ich schreibe eigentlich immer Songs, auch für andere Künstler:innen, vor allem für Freund:innen. Irgendwann habe ich Lust auf eine eigene Brand, vielleicht auch auf ein Buch. Ich will kreativ bleiben und gleichzeitig „Detour“ den Raum geben, den es verdient. Ich bin oft schon beim Nächsten. Diesmal will ich das bewusst anders machen.

Wenn du heute mit deinem jüngeren Ich sprechen könntest – was würdest du ihm sagen?

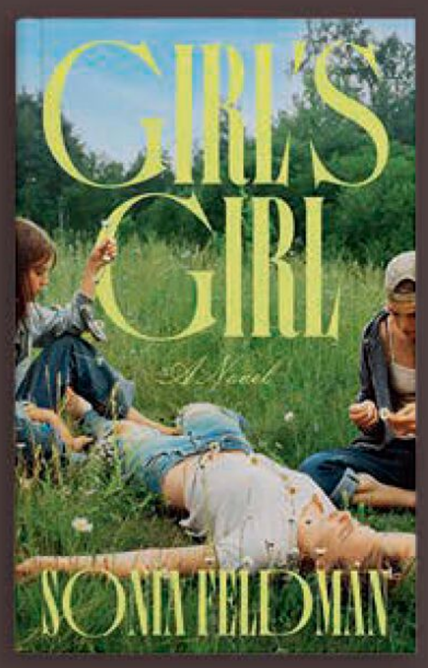
Ich würde ihm versprechen, dass ich gut auf es aufpasse. Ich hatte schon als Kind das Gefühl, ich müsste es unbedingt schaffen, meiner Familie helfen, beweisen, dass ich etwas wert bin. Später wurde ich ein richtiger Workaholic, habe mich komplett abgeschottet und nur noch Songs geschrieben. Heute würde ich ihm sagen: „Entspann dich ein bisschen. Geh raus. Iss ein Eis. Sitz in der Sonne. Tu mal nichts.“ Ich würde ihm sagen, es soll ein bisschen mehr leben.

Spitzen-Midikleid, Tasche und Heels, alles von Dior

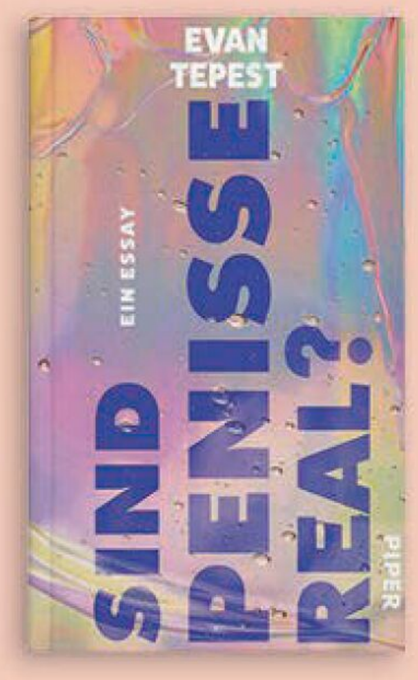
The BOOK Club

Bücher, die neue Ideen und Perspektiven zu queeren Themen liefern: der ***perfekte Lesestoff*** für die nächsten Monate.

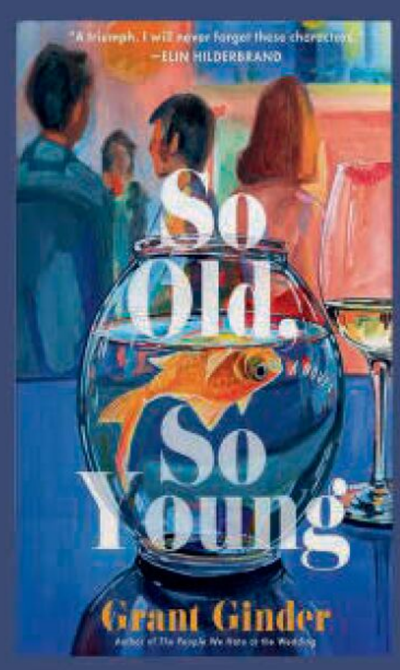
1



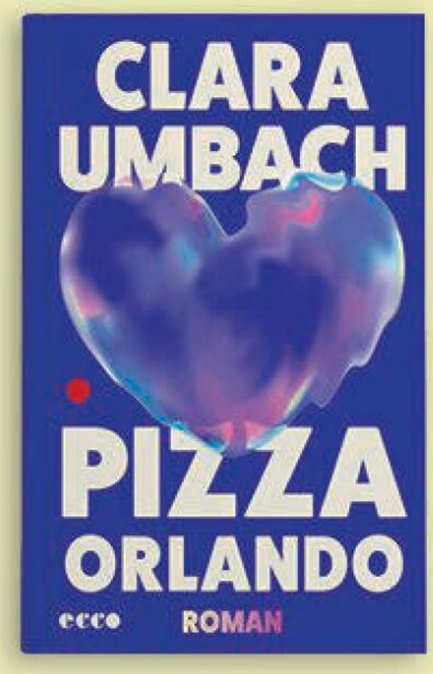
2



3



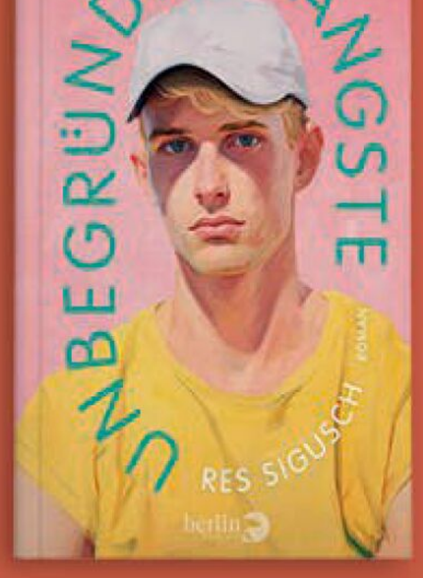
4



5

6

7



Neue diverse Bücher

Junge queere Geschichten, die sich mit dem Alltag, den kleinen und den ganz großen Fragen des Lebens beschäftigen – und dabei immer hoffnungsvoll sind.

1 „Girl's Girl" von Sonia Feldman Ein etwas anderer Coming-of-Age-Roman über Girlhood, Freundschaft, Lust und Liebe. **The Dial Press. 2 „Sind Penisse real?" von Evan Hugo Tepest** Ein Essay über Transition, unbequeme Fragen, Gesellschaft – und natürlich Penisse. **Piper. 3 „So Old, So Young" von Grant Ginder** Zu gleichen Teilen Liebesgeschichte und Tragikkomödie über sechs Freund:innen, die im Laufe von 20 Jahren erwachsen werden. **Gallery/Scout Press. 4 „Pizza Orlando" von Clara Umbach** Eine alleinerziehende Mutter und eine unheilbar kranke junge Frau stürzen sich in eine leidenschaftliche Beziehung – die vor allem in Chatverläufen stattfindet. **Ecco. 5 „Konstellationen" von Elisa Faison** Ben und Frances öffnen ihre Beziehung auf der Suche nach einem Abenteuer, bevor es zu spät ist – doch mit diesem Sturm und diesen Erschütterungen hätten sie nicht gerechnet … **Piper. 6 „Hitzetage" von Oisín McKenna** Eine LGBTQIA+-Freund:innengruppe in London steht an einem heißen Wochenende vor großen Entscheidungen – und mittendrin dient ein gestrandeter Wal als Omen. **Residenz. 7 „Unbegründete Ängste" von Res Sigusch** Christian ist Single und hat – wie jede:r Millennial – vor allem eins: Angst. Doch am Ende bekommt er Hilfe aus unerwarteten Ecken. **Berlin**

Fotos: Getty Images (1)

Sachbücher

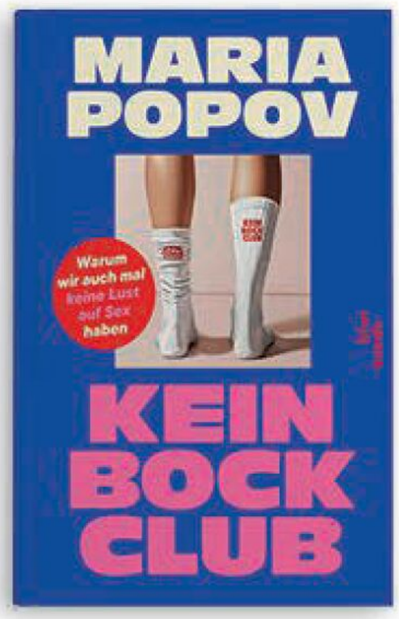
Egal, ob Erfahrungsberichte oder politisches Manifest: Bücher, die uns zum Nachdenken anregen.

1 „Nicht binär leben“ von Birgit Palzkill Autor:in Birgit Palzkill, selbst nicht binär, interviewt 17 nicht binäre Personen über ihre Lebensrealität. **W_orten & Meer. 2 „Wer hat Angst vor Gender?“ von Judith Butler** Die ikonische Autorin erklärt, wie Gender in rechter Propaganda instrumentalisiert wird – und wie wir uns wehren können. **Suhrkamp. 3 „Kein Bock Club“ von Maria Popov** Warum sexuelle Unlust ganz normal ist – und was Asexualität und gesellschaftliche Erwartungen damit zu tun haben. **Kiwi Space. 4 „Lesben sind die besseren Väter“ von Lisa Bendiek** Eine Erkundung queerer Elternschaft und Analyse des Systems Familie. **Edition Nautilus GmbH**

1

2

3



4

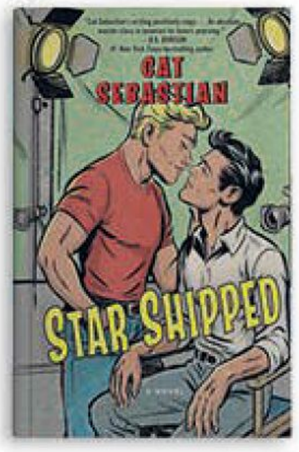
Queere Lovestorys

Alte und neue Klassiker, die jede:r Romance-Lover:in gelesen haben muss.

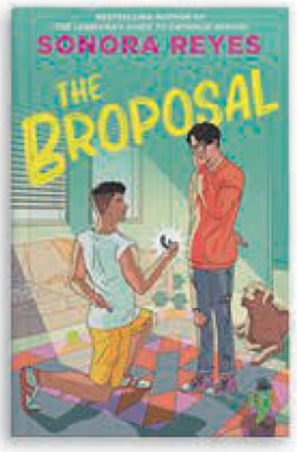
1 „Delilah Green Doesn’t Care“ von Ashley Herring Blake Seicht-lustige Romcom mit ganz viel Yearning, einer Second-Chance-Romance und Forced Proximity. **Piatkus. 2 „Star Shipped“ von Cat Sebastian** Enemies-to-Lovers-Romanze zwischen zwei Sci-Fi-Co-Stars. **Avon. 3 „The Broposal“ von Sonora Reyes** Zwei Bros faken ihre Verlobung, damit einer von ihnen eine Greencard bekommt. Was kann da schon schiefgehen … **Forever**

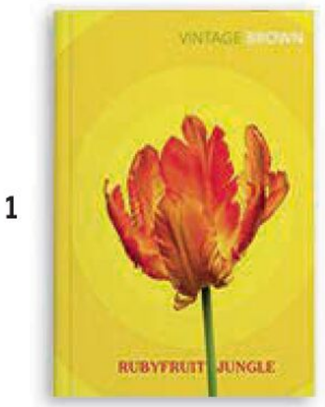
1

2

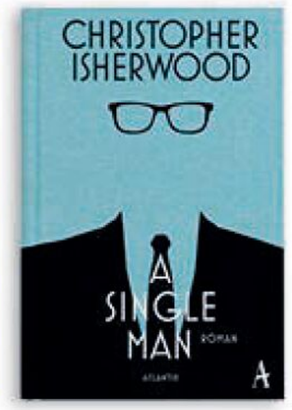


3

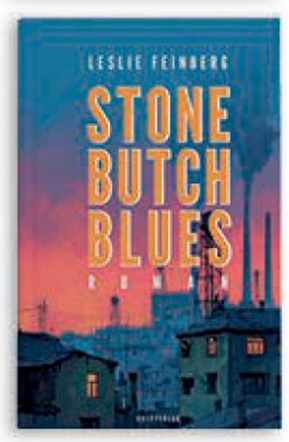




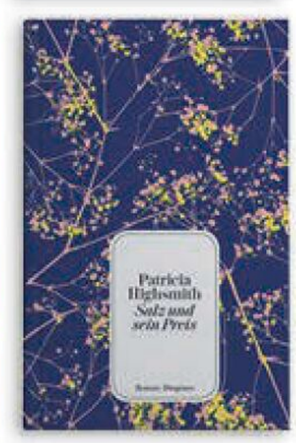
1



2



3



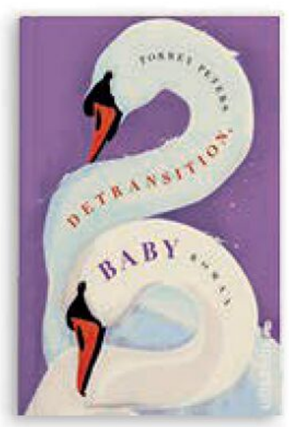
4

Classics

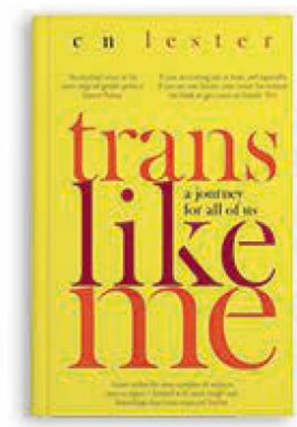
Diese Must-reads gehören in jeden Bücherschrank.

1 „Rubyfruit Jungle“ von Rita Mae Brown Der autobiografische Coming-of-Age-Roman gehört zu den wichtigsten der lesbischen Literatur. **Vintage Classics. 2 „A Single Man“ von Christopher Isherwood** George hat seine große Liebe verloren und vereinsamt zunehmend im Los Angeles des Jahres 1962 – bis er einem Studenten begegnet. **Atlantik Verlag. 3 „Stone Butch Blues“ von Leslie Feinberg** Komplexe Geschichte über Gender, Chosen Family und Zugehörigkeiten in Zeiten von gesellschaftlichen Unruhen. **Querverlag. 4 „Salz und sein Preis“ von Patricia Highsmith** Eine einfache, aber bewegende Liebesgeschichte zweier Frauen – höchst skandalös im Erscheinungsjahr 1950! **Diogenes**

1

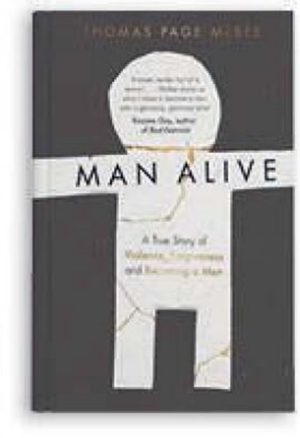


2



3

4



Trans* Storys

Für ein besseres Verständnis statt Vorurteilen!

1 „Detransition, Baby“ von Torrey Peters Der Roman stellt alles, was du über Gender und Elternschaft zu wissen glaubst, auf den Kopf. **Ullstein. 2 „Trans Like Me“ von CN Lester** Hier werden alle Issues rund um trans* Menschen angesprochen und auseinandergenommen. **Virago. 3 „Ich bin Linus: Wie ich der Mann wurde, der ich schon immer war“ von Linus Giese** Emotionales Memoir eines trans* Manns über Scham, Befreiung, Gewalt und Liebe. **Rowohlt. 4 „Man Alive: A True Story of Violence, Forgiveness and Becoming a Man“ von Thomas Page McBee** Was für eine Art Mann will der Autor werden? Das Memoir behandelt diese und weitere Fragen rund um die Transition von McBee. **Canongate Books**

Text: Hannah Madlener; Fotos: Getty Images (1)

TEXT: ELISABETH KRAINER

Warum Tradwives, Soft Girls und die romantisierte Rückkehr zu konservativer Weiblichkeit bei Gen Z gerade so gut performen – und was das mit dem neuen **Backlash gegen Feminismus** zu tun hat.

IT'S A *perfect* WORLD?

Nara Smith weiß, wie man das Internet für sich nutzt. Die makellose Hochglanzküche, das Couture-Abendkleid mit knallenger Korsage, der leicht sedierte Vibe des Voiceovers... Die 24-Jährige ist Model und Influencerin, im Internet wurde sie außerdem als @naraaziza zur ultimativen „Tradwife" gekürt. Die Bezeichnung ist die Abkürzung für „Traditional Wife" und steht für Frauen, deren Leben vermeintlich nur aus Liebe, Sauerteig und Sexyness besteht. Care-Arbeit für Mann und Kinder werden als die einzige Lebensaufgabe promotet und „cooking from scratch" als größte Challenge, die ein Tag mit sich bringt. Nara steht stundenlang in der Küche – selbst Kaugummi macht sie selbst.

2025 heiratete sie ihren mormonischen Mann Lucky Blue, die zwei haben mittlerweile vier Kinder. Follower:innen wissen wenig über Nara. Alles, was sie anbietet, sind beruhigende, glatt gebügelte Projektionsflächen. In den letzten Jahren wurde heftig über den dargestellten Lifestyle diskutiert: über das konservative Frauenbild, die binären Geschlechterrollen, die unterkomplexe Darstellung von Familienleben. Aber auch: die freie Entscheidung, dem Corporate Hustle den Rücken zu kehren. Warum erhalten Tradwives und Co. überhaupt so viel Resonanz – besonders in der Gen Z, die vor wenigen Jahren in den Medien noch als besonders progressiv dargestellt wurde?

Studien zeigen, dass die Gen Z diesem Ruf nur bedingt gerecht wird. Das wird etwa im Wahlver-

PRETTY, *Passive,* PROFITABLE

Fotos: Getty Images

Fotos: Getty Images (12), Launchmetrics Spotlight (1), Courtesy Everett Collection (2)

Farmarbeit, Muttersein, Sonnenblumen und Sauerteigbrot: Das ist die Welt der Tradwives, die nebenbei ein konservatives Frauenbild finanziell erfolgreich promoten. Postergirls dieses New Conservatism sind (v. o. n. u.): Kelly Havens Stickle, Ballerina Farm, Estee Williams, Stacey Knight und Nara Smith.

halten deutlich: Bei der Bundestagswahl 2025 in Deutschland war die rechtspopulistische AfD die zweitstärkste Partei in der Altersklasse der 18- bis 24-Jährigen. Eine Umfrage des Ipsos Instituts aus 2026 ergab, dass fast ein Drittel der Männer in der Gen Z der Meinung ist, eine Ehefrau sollte ihrem Ehemann immer gehorchen. Auch 18 Prozent der Frauen stimmen der Aussage zu. Die Methodik der Umfrage wurde von Expert:innen kritisiert – dennoch sehen Forschende konservative Tendenzen bei den jungen Generationen. Insbesondere beim Thema Geschlechterrollen: Eine Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung Berlin belegt, dass die jüngste Generation nicht mehr progressiver eingestellt ist als die Generationen davor. Ein Trend, der bisher jahrzehntelang stabil war.

Hier kommen die Tradwives ins Spiel. Viktoria Rösch, Soziologin an der Frankfurt University of Applied Science, sagt: „Gesellschaftlich ist es heute recht klar, dass Männer und Frauen gleichgestellt sein sollten. In der Realität kommt es aber zu Brüchen: Bei Care-Arbeit oder sexualisierter Gewalt zeigt sich, dass das nicht in allen Bereichen gilt.“ Dadurch entstehe ein Unbehagen, das unterschiedlich aufgelöst wird: Die einen engagieren sich feministisch, andere ziehen sich komplett ins Private zurück. Was Tradwives liefern, ist laut Viktoria Rösch eine Art visuelle Entlastung. Weg vom Lärm, vom Stress und von den Ängsten, die junge Menschen heute begleiten. Und das sind einige: Kriege, Klimakrise und eine bröckelnde Wirtschaft lassen Zukunftspläne und Träume immer weiter verblassen.

Tradwives hatten dadurch in den letzten Jahren viel Zulauf – von Fans und Kritiker:innen. Während Nara Smith eher das superreiche Clean Girl mimt, zeigt Hannah Neeleman (bekannt als @ballerinafarm) ihren über zehn Millionen Instagram-Follower:innen ein Leben in Cottagecore mit acht Kindern, Leinenkleidern und Rohmilch. Estee Williams inszeniert sich mit Kochschürze und steht offen zu „ultratraditionellen Geschlechterrollen“. Sie empfiehlt Frauen, sich ihren Männern freiwillig unterzuordnen. Kelly Havens Stickle, Tradwife mit streng christlichem Bildungsauftrag, präsentiert dagegen ein Leben, das genauso gut in einer Filmkulisse eines Familienepos aus dem 19. Jahrhundert spielen könnte.

Ist Tradwife-Content grundsätzlich ein Problem? Nicht jede Frau, die sich online als Tradwife inszeniert, ist automatisch politisch rechts außen. „Auffällig ist aber schon, dass sich keines dieser großen Beispiele von rechtskonservativer Politik distanziert“, sagt Viktoria Rösch. Manche mixen Sauerteig-Content offen mit State-

Fotos: Getty Images (4), @naraaziza (1), @esteecwilliams (1), @kellyhavensohio (1), @stayinghomewithstacey (1), @ballerinafarm (1)

DER *Tradwife-Content* STEHT IM KONTRAST ZUM *Girlboss-Feminismus der 2010er:* NOSTALGISCHE REALITÄTSFLUCHT STATT EMPOWERMENT.

ments zu Donald Trumps MAGA Movement, streng katholischen Bibelversen und der Glorifizierung von Care-Arbeit. Ein Gateway für rechte Ideologie. Zudem bespielen sie ähnliche Narrative wie die misogyne Manosphere, ein antifeministisches Netzwerk von Männern wie dem mutmaßlichen Sexualstraftäter Andrew Tate. Tradwife-Content sieht zwar anders aus als jener frauenhassender Gym-Bro, er ist weicher, wärmer, gemütlicher. Im Kern aber behaupten beide: Zu viel Unabhängigkeit ist nichts für Frauen. Ordnet euch unter, bleibt hinterm Herd, kümmert euch um Mann und Kinder. Gleichzeitig sind viele Tradwives Geschäftsfrauen und verdienen zum Teil Millionen mit Content und Produkten. Sie sind ein Widerspruch in sich und haben alles: die perfekte Familie, den absoluten Luxus, ohne dabei Teil der stressigen Corporate Culture zu sein.

Damit steht der Tradwife-Trend im Kontrast zum Girlboss-Feminismus, der in den 2010er-Jahren gefeiert wurde. Das Credo: Frauen können alles haben – Karriere auf C-Level, Reichtum, eine glückliche Familie. Popkulturell sprach dieses Narrativ vor allem Millennials an, die gerade ins Berufsleben starteten. Jetzt scheint das Pendel in die andere Richtung auszuschlagen: Das Girlboss-Versprechen wurde nicht eingelöst. Stattdessen wird Unterwerfung als freie Entscheidung inszeniert, als Gegenangebot zum so anstrengenden Feminismus. Dabei ist die vermeintlich freie Entscheidung, sich zu unterwerfen, überhaupt nur auf dem Fundament feministischer Errungenschaften möglich. Ohne Feminismus wäre Hausfrau der Default-Modus, wir hätten keine eigenen Konten, dürften nicht wählen. Ziel des Feminismus ist es, eine Wahl zu haben – und sich nicht von hyperästhetischen Accounts eine rückschrittliche Welt als die einzig erstrebenswerte verkaufen zu lassen. Was sich leise in unsere Feeds schleicht, ist also nicht nur Realitätsflucht, Tradwives spielen auch rechtskonservativer Politik in die Karten. Egal, ob beabsichtigt oder nicht: Der Vibe schlägt hier die Werte. Werte, für die Frauen zum Teil seit Jahrhunderten gekämpft haben – und die wir nicht für ein bisschen Sauerteig und inszenierte Idylle aufgeben sollten.

OLD *habits!*

Fotos: Getty Images

The MOST talked about

What's next? Der Sommer wird bunt: Mit Blockbustern, neuer Musik und Festivallaune feiern wir *Endless Summer*.

What's hot:

1 Justin Bieber und Billie Eilish

Justin is back: Aus Coachella wurde kurzerhand „Bieberchella" – und Billie Eilish bekam als bekennender Justin-Superfan bei „One Less Lonely Girl" ihren Full-Circle-Pop-Moment, inklusive Hailey-Push. Festival? Offiziell on fire.

3 Alex Consani is going to the movies

Das Model gibt im queeren Highschool-Drama „Peaked" ihr Schauspiel-Debüt. 2027 im Kino!

Neue Serien:

Sommer-Entertainment für Streamingfans:

2 Kaulitz & Kaulitz

Mausalarm! Das beliebteste Brüderpaar Deutschlands nimmt das Publikum wieder mit in sein manchmal chaotisches Leben zwischen LA und Berlin. **Ab August, Netflix.**

7 House of the Dragon

Nächster Showdown im Erbfolgekrieg der Targaryens, mit der legendären Seeschlacht in der Gurgel. **Staffel 3, ab 22. Juni, bei HBO Max und Sky.**

15 Lucky

Lucky (Anya Taylor-Joy) will in dieser Thrillerserie ihrer kriminellen Vergangenheit entkommen, aber das ist gar nicht so einfach. **Ab 15. Juli, Apple TV.**

12 Lanterns

Die intergalaktischen Green Lanterns lösen mit ihren Superkräften einen Mordfall und decken dabei düstere Geheimnisse auf. **Im August, HBO Max.**

Summer-Beats:

Diese drei Frauen sind auf unserer Sommer-Playlist:

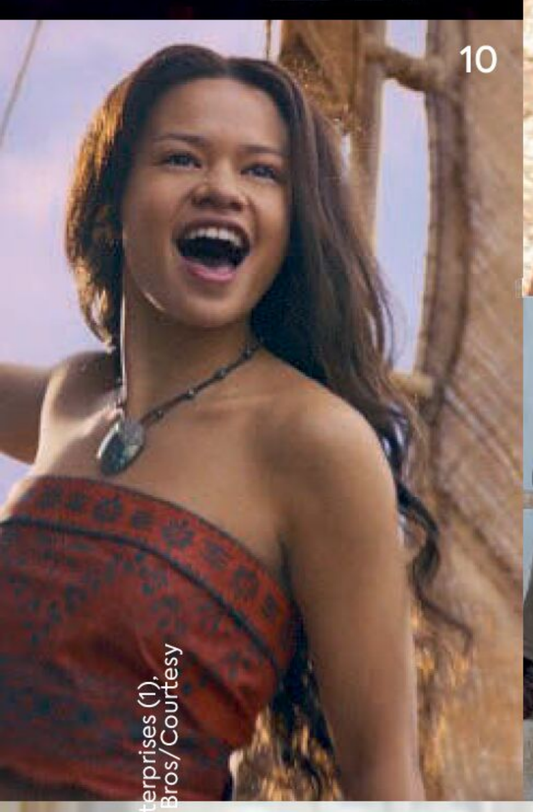
4 Robyn

Die schwedische Popsängerin ist auf „Sexistential"-Tour durch Europa. **Im Juni und Juli.**

Fotos: Getty Images (4), Netflix (1), HBO (1), PR (2), Andrew Cooper (1)

11

10



12

13

14

15

16

17

Text: Ursula Schmied; Fotos: 2026 Sony Pictures Entertainment Deutschland GmbH (1), 2024 Netflix, Inc. (1), 2025 Disney Enterprises (1), John Johnson/HBO Max (1), Courtesy of Apple (1), Wild Bunch Germany (1), Warner Bros./Courtesy Everett Collection (1), A24 (1), Courtesy Everett Collection (1)

5 Madonna
„Confessions II“ heißt das 15. Album der Queen of Pop. Absolutely iconic! **3. Juli.**

6 Olivia Rodrigo
Auf „You Seem Pretty Sad for a Girl so in Love“ gibt’s „sad lovesongs“ und Power-Pop-Anthems. **12. Juni.**

The Return of the Summer Blockbuster

Am 16. Juli startet „Die Odyssee“ von Christopher Nolan in den Kinos – aber die Heldensaga ist nicht der einzige Film, auf den wir uns im Sommer 2026 freuen:

8 The Dink
Ein alternder Tennisprofi muss Pickleball spielen, um relevant zu bleiben. *Die* Sports-Comedy des Sommers! **Ab 24. Juli, Apple TV.**

9 Spider-Man: Brand New Day
Ohne seine Friends muss Spider-Man (Tom Holland) im dritten Teil der Saga New York retten – bis er seine Kräfte zu verlieren scheint. Mit Zendaya als MJ! **Ab 30. Juli, im Kino.**

10 Vaiana
In der Musical-Realverfilmung des Disney-Klassikers wagt sich Vaiana (Catherine Laga’aia) mit Halbgott Maui (Dwayne Johnson) in die Weiten des Ozeans. **Ab 9. Juli, im Kino.**

11 23000 Leben
Im Drama mit Mala Emde, Louis Hofmann und Katharina Stark retten Jugendliche im Mittelmeer Leben und müssen mit der Mental Load klarkommen. Basiert auf der wahren Geschichte der Organisation „Jugend Rettet“ und ihrem Schiff „Iuventa“. **Im Juli, Netflix.**

13 Tuner
Niki (Leo Woodall) kann in diesem Crime-Thriller mit seinem perfekten Gehör nicht nur Pianos stimmen, sondern auch Safes knacken. Natürlich endet das nicht gut. Mit Schauspielikone Dustin Hoffman. **Ab 2. April, im Kino.**

14 The Death of Robin Hood
Ein alter und verletzter Robin Hood (Hugh Jackman) blickt auf sein bewegtes Leben zurück und erzählt einer „mysteriösen Frau“ (Jodie Comer) von seinen legendären Abenteuern. **Ab 18. Juni, im Kino.**

16 Virginia Woolf’s Night & Day
Eine weibliche Astronomin fordert im England des frühen 20. Jahrhunderts das Patriarchat heraus und beansprucht ihren Platz in der Welt. Romantisches Drama mit Lily Allen und Elyas M’Barek. **Ab 9. Juli, im Kino.**

17 Supergirl
An ihrem 23. Geburtstag fliegt Supergirl Kara Zor-El (Milly Alcock) durch die Galaxie – aber der Birthday-Flight findet ein abruptes Ende, als sie mit der jungen Ruthye für Gerechtigkeit auf Rachefeldzug gehen muss. **Ab 25. Juni, im Kino.**

Late Summer Appointments

Superbloom München (u. a. mit Tash Sultana, Zara Larsson, Ayliva, Lorde, Sombr, HorsegiirL) – 29. August bis 4. September, Olympiapark.

Lollapalooza Berlin (u. a. mit Lily Allen, Zartmann, Teddy Swims, Lewis Capaldi) – 18.–19. Juli, Olympiastadion.

Glücksgefühle Festival Hockenheim-Ring (u. a. mit Leony, David Guetta, Mark Forster, Marteria, Felix Jaehn) – 3. bis 6. September, Hockenheim.

Rock en Seine, Nähe Paris (u. a. mit Tyler, the Creator, Djo, Sombr, M.I.K.I, Lorde) – 26. bis 30. August, Domaine National de Saint-Cloud, Frankreich.

Kick it like Beckham: Fifa-Fußball-WM der Herren in den USA, Mexiko und Kanada – 11. Juni bis 19. Juli.

MENTAL HEALTH

USERS POST:
O#X!

Bist du getriggert?

Ein Post, ein Swipe, ein Satz – und plötzlich ist die Laune im Keller. Was sich wie ein schlechter Social-Media-Moment anfühlt, ist oft kalkuliert: Rage Bait nennt man Inhalte, die gezielt provozieren, um Wut auszulösen. Warum? Weil Empörung klickt, kommentiert und den Algorithmus füttert. Das Tückische daran: Wir denken, wir scrollen nur – in Wahrheit lassen wir diese Inhalte längst an uns ran. Und das bleibt nicht folgenlos. Wer sich permanent triggern lässt, fühlt sich irgendwann nicht nur genervt, sondern erschöpft. Die vielleicht stärkste Reaktion? Nicht reagieren. Kein Like, kein Kommentar, keine Energie.

COLLAGE: EDUARD MAIER

Text: Hannah Madlener; Foto: Getty Images

Condé Nast Traveller

The World Made Local

Condé Nast Traveller nimmt Sie mit in Destinationen, die berühren, überraschen und lange in Erinnerung bleiben. Wir recherchieren nicht nur ausgiebig vor Ort, sondern mit einem lokalen Netzwerk – für Ihre schönsten und besten Reiseerlebnisse.

Jetzt Newsletter abonnieren
& keine Tipps verpassen

Depressionen und Suizidgedanken stoßen Betroffene in ein Tief der Einsamkeit. Allein kommen sie da schwer wieder heraus. Umso wichtiger wird die **Gemeinschaft.**

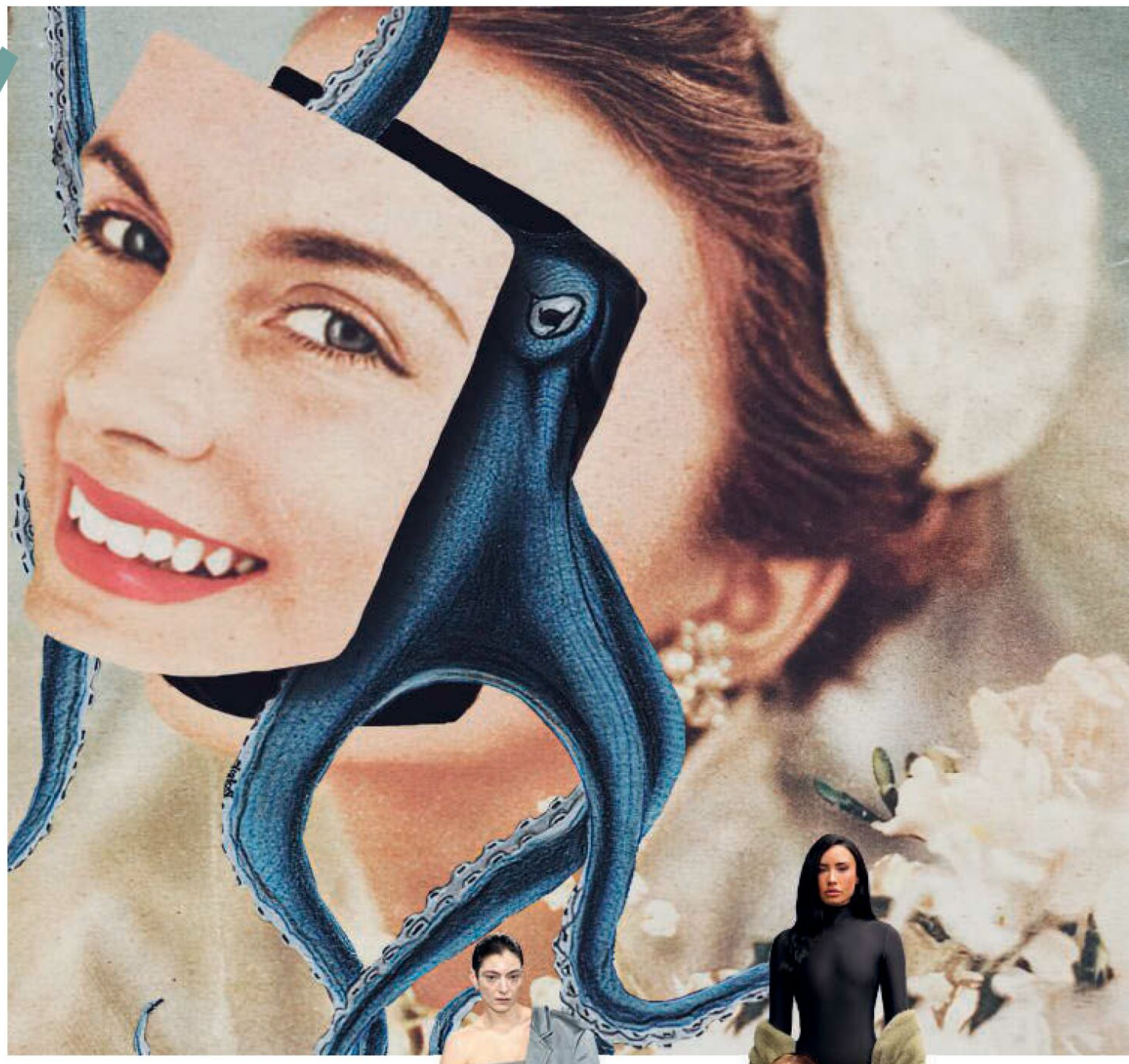
COLLAGEN: LILY-VIOLETTE DAUMEN; TEXT: SILVIA IHRING

THE POWER OF CHOSEN *Community*

Eigentlich ist es eine normale Reaktion: Wenn es einem nicht gut geht, zieht man sich lieber zurück. Gute Laune vorzuspielen, kostet Kraft, und manchmal wiegt die eigene Traurigkeit noch schwerer, wenn alle anderen Spaß haben. Erst mal Zeit für sich haben – eigentlich doch voll okay. Eigentlich. Denn in manchen Fällen sind die eigenen Gedanken nicht die besten Berater. Wir reden uns Dinge ein, die mit der Realität nichts zu tun haben. Wir kritisieren uns selbst, nehmen das Schlimmste an, schüren Selbstzweifel, fördern Ängste. Im schlimmsten Fall entwickeln sich daraus Suizidgedanken: Aus unserer Traurigkeit ziehen wir den Schluss, dass das Leben doch keinen Sinn mehr mache. Das Perfide: Depressionen entfalten sich oft im Verborgenen. Von außen kann schließlich niemand in den Kopf eines:einer anderen schauen und erkennen, welche Gedankenspiralen die Macht über ihn:sie übernehmen. Das, gepaart mit dem Impuls, sich zurückzuziehen, sorgt für eine Isolierung der Betroffenen. Was in solchen Momenten mehr denn je hilft: die Community.

GANZ TIEF DRIN

Was bei Depressionen genau passiert – und warum.



Depressionen sind längst kein Tabuthema mehr – leider auch, weil so viele Menschen damit zu kämpfen haben und die Krankheit deshalb als gesamtgesellschaftliches Problem anerkannt wird. Laut dem „Gesundheitsatlas Deutschland“ des Wissenschaftlichen Instituts der AOK (WIdO) waren 2022 rund 9,49 Millionen Menschen von Depressionen betroffen. Seit Jahren nehmen die Zahlen zu, vor allem unter jüngeren Menschen. Und in allen Altersgruppen sind Frauen stärker betroffen als Männer. Was genau passiert, wird oft als Zusammenspiel aus äußeren Faktoren und einem Ungleichgewicht im Gehirn erklärt. Da sind zum einen konkrete Auslöser wie der Verlust eines Menschen oder des Arbeitsplatzes, Traumata, Krankheiten, schlimme Erfahrungen in der Kindheit. Zum anderen weiß man, dass auch ein chemisches Ungleichgewicht im Gehirn Depressionen begünstigen kann. Wenn die für unsere Stimmung relevanten Botenstoffe wie Serotonin, Dopamin und Noradrenalin nicht ausreichend vorhanden oder aktiv genug sind, werden Impulse zwischen den Zellen nicht richtig übertragen. Das macht es leichter, in ein psychisches Loch zu fallen. Wie sich das anfühlt, darüber haben schon viele Celebritys gesprochen: Die Sängerin Demi Lovato

Diese Stars haben sich öffentlich über Symptome ihrer Depression geäußert: Billie Eilish, Shawn Mendes, Demi Lovato, Lorde und Ariana Grande.

Fotos: Getty Images

Das Problem: *Einsamkeit* begünstigt psychische Erkrankungen.

INFO-BOX

DARAN ERKENNT MAN, WENN ANDERE LEIDEN

Jemand wirkt oft dauerhaft niedergeschlagen. Selbst in schönen Momenten fehlt der Person die Leichtigkeit, alles erscheint leer.

Dinge, die der Person früher wichtig waren, verlieren an Bedeutung – Hobbys, Treffen oder Pläne werden plötzlich unwichtig.

Die Person ist häufig erschöpft, auch ohne ersichtlichen Grund, und wirkt im Alltag kraftlos.

Die Gedanken kreisen oft negativ – Selbstzweifel und ein geringes Selbstwertgefühl treten deutlich hervor.

Das Schlaf- oder Essverhalten verändert sich merklich, begleitet von Unruhe oder einer spürbaren inneren Leere.

berichtete in Interviews von „schlaflosen Nächten und Tränen“, Lorde von einer „kollektiven Wut, so viel Trauma, das an die Oberfläche kam“. Wer sich einmal in seine Sorgen eingegraben hat, grübelt sich oft noch tiefer rein und zieht sich zurück, ein typisches Symptom einer Depression. Das Problem: Einsamkeit begünstigt die Krankheit. „Einsamkeit kann so zum Hochrisikofaktor für psychische Erkrankungen werden“, sagte die Psychologin Katarina Stengler dem Sender SWR. Dass Betroffene trotzdem weiter funktionieren, ist dabei nicht ungewöhnlich. Seit einigen Jahren existiert der Begriff der hochfunktionalen Depression. Dabei fühlen sich Betroffene innerlich leer, traurig und erschöpft, haben ihr Leben mit seinen alltäglichen Verpflichtungen aber sozusagen „im Griff“. Das kann mehrere Gründe haben: Man bleibt „busy“, um nicht zusammenzuklappen – oder man hat gelernt, dass nur Performance und Leistung in der Gesellschaft belohnt werden, und hofft, Schwächen zu kompensieren.

THE POWER OF COMMUNITY

Support Systems helfen bei der Heilung – und können ganz unterschiedlich aussehen.

Die Idee ist vielleicht so alt wie die Menschheit selbst: Herausforderungen und Leid lassen sich mit der Unterstützung von anderen leichter überwinden. In vielen Kulturen kamen Menschen schon vor Jahrhunderten in Form von Communitys zusammen, um Probleme zu überwinden. Heute gibt es unzählige Initiativen und Organisationen zu unterschiedlichen Mental-Health-Issues, aber auch das private Umfeld ist ein essenzieller Faktor auf dem Weg zur Heilung.

GRIEF GROUPS UND MOURNING SPACES

Der Verlust eines geliebten Menschen wirft einen oft aus der Bahn, doch manchmal können Freund:innen oder Verwandte den Schmerz nicht nachfühlen. Grief Groups geben Betroffenen Raum, zu trauern und über die verlorene Person zu sprechen – mit Menschen, die Ähnliches durchgemacht haben.

SUIZIDPRÄVENTION

Rund um das Thema Suizid gibt es ein Netzwerk aus Hotlines, Organisationen und Initiativen, die Menschen mit Suizidgedanken schnell und unkompliziert zur Seite stehen. Es geht um Raum für offene Gespräche, die frühe Erkennung der Gefahr und schnelle Hilfe bei der Organisation von psychologischer Behandlung und Krisenintervention.

SELBSTHILFEGRUPPEN UND IRL-KONTAKTE

Raus aus dem Kopf, raus in die Welt: Echte physische Begegnungen und persönliche Gespräche, ob im Rahmen von Selbsthilfegruppen oder Community-Projekten an Universitäten und anderen Institutionen, bieten eine andere Qualität des Austauschs.

PEER SUPPORT

Kaum jemand wird die eigene Lage so gut verstehen wie jemand, der einst ähnliche Herausforderungen durchgemacht hat. Das Gespräch mit Betroffenen, die ihre Heilung schon hinter sich haben oder sich mittendrin befinden, sorgt dafür, sich verstanden zu fühlen und sich selbst besser zu verstehen. Die Erfahrung der anderen kann Mechanismen aufzeigen, die bei der Heilung helfen.

DIGITALE SAFE SPACES

Ob Instagram oder Reddit, auf vielen Plattformen findet man Online-Communitys, die zu unterschiedlichen Mental-Health-Themen Raum für Austausch und das Teilen von Erfahrungen bieten. Der Vorteil: Man findet schnell und einfach Gleichgesinnte. Das Risiko: Nicht immer werden diese Gruppen von einer offiziellen Struktur oder Profis unterstützt, die Gespräche in die richtige Richtung lenken.

CHOSEN FAMILY

Dass die Unterstützung durch die Familie bei der Überwindung psychischer Challenges hilft, ist erwiesen. Doch das Umfeld kann so viel mehr Menschen umfassen: Freund:innen und Mitglieder einer Community, in der man sich aufgehoben fühlt. Was zählt, ist die Qualität der Beziehung und dass die Menschen einen tragen und halten.

Leid lässt sich mit der *Unterstützung* von anderen leichter überwinden.

WAS HILFT UND WAS NICHT?

Betroffenen zur Seite stehen:
Was man tun und was man lassen sollte.

YES:

PROFESSIONELLE HILFE ORGANISIEREN

Telefonnummern raussuchen, Termine vereinbaren, ja, sogar sich anziehen, um aus dem Haus zu gehen: All das kann für depressive Menschen ein Akt der Unmöglichkeit sein. Indem Freund:innen, Familie oder Communitys helfen, die Logistik zu meistern, ebnen sie den Weg zu den Profis und ärztlichen Behandlungen, die dabei helfen, wieder gesund zu werden. Auch die persönliche Begleitung zu wichtigen Terminen gibt Betroffenen das Gefühl, nicht allein zu sein mit ihrer Last.

NO:

STAY POSITIVE

Die beliebte Aufmunterung, man müsse „positiv bleiben“, oder gar der Hinweis, anderen gehe es schlechter, mögen gut gemeint sein. Beide bewirken jedoch oft das Gegenteil. Betroffenen wird dadurch das Gefühl gegeben, ihr Problem habe nur mit ihnen und ihrem Mindset zu tun und sie müssten sich nur zusammenreißen. Noch dazu spielen solche Äußerungen das Problem herunter. Sie vermitteln die Botschaft, es sei nicht schlimm oder wichtig genug. Das macht die Situation nicht besser, sondern fördert Unsicherheiten.

YES:

ZUHÖREN OHNE SOFORTIGE LÖSUNG

Manchmal fühlt man sich selbst hilflos. Wie soll man den Struggle der anderen Person lösen, welche Hilfe kann man bieten? Doch darum geht es oft erst mal gar nicht: Zuhören, präsent sein, zeigen, dass man interessiert ist, dass man verstehen will, was vor sich geht – das gibt Betroffenen das Gefühl, dass sie nicht allein sind. Regelmäßige Check-ins und kleine Gesten können schon helfen, den Alltag besser zu bewältigen.

NO:

GHOSTING UND RÜCKZUG

Wer unter Depressionen leidet, fühlt sich fast immer einsam – auch wenn man über viele soziale Kontakte verfügt. Da hilft es erst recht nicht, wenn sich diese Kontakte zurückziehen und die Person tatsächlich alleinlassen, auch wenn dies aus Unsicherheit oder Angst vor Fehlern geschieht. Im Gegenteil: Mehr denn je sind das die Momente, in denen man ansprechbar und erreichbar sein sollte, auch, wenn die Situation schwierig ist – denn dafür sind Freund:innen da.

STRONGER TOGETHER

Dr. Martin Gibson-Kunze, Einsamkeitsforscher im Kompetenznetz Einsamkeit des Instituts für Sozialarbeit und Sozialpädagogik in Frankfurt am Main, über die Bedeutung von Community.

Was genau passiert im Gehirn, wenn man sich einsam fühlt?
Einsamkeit ist kein bloßes „Gefühl im Kopf", sondern ein ernst zu nehmendes Stresssignal. Aus neurowissenschaftlicher Sicht sind viele Aspekte beteiligt, unter anderem solche, die mit sozialer Aufmerksamkeit, Bedrohungswahrnehmung, Emotionsregulation und Selbstbezug zusammenhängen.

Ab wann macht Einsamkeit krank, und wie äußert sich das?
Nicht jede Phase von Einsamkeit ist gleich krankmachend. Einsamkeit gehört zum Menschsein dazu und kann in unterschiedlichen Lebensphasen auftreten. Problematisch wird es vor allem dann, wenn Einsamkeit anhält, sich verfestigt und den Alltag, die Stimmung und das Verhalten spürbar negativ beeinträchtigt.

Was genau bewirkt die Verbindung zu anderen Menschen, wenn sie positiv ist? Warum tut sie uns gut?
Positive soziale Beziehungen vermitteln Sicherheit, Zugehörigkeit, Resonanz und emotionale Entlastung. Sie können Stress abpuffern, das Gefühl stärken, mit Schwierigkeiten nicht allein zu sein, und helfen oft dabei, Gefühle besser einzuordnen und zu regulieren. Soziale Verbundenheit wirkt damit wie ein psychischer Schutzfaktor. Sie unterstützt Wohlbefinden, Resilienz und Erholung. Die WHO-Kommission zu sozialer Verbundenheit betont, dass soziale Beziehungen Gesundheit über die gesamte Lebensspanne schützen und unter anderem Entzündungsprozesse und psychische Belastungen verringern können.

Macht es dabei einen Unterschied, ob man mit besonders vielen oder weniger Menschen in Kontakt ist?
Die Anzahl der Kontakte allein ist kein guter Maßstab. Wichtiger ist meist die Qualität der Beziehungen. Also ob Menschen sich gesehen, verstanden, angenommen und verlässlich eingebunden fühlen. Einsamkeit sollte man deswegen nicht mit bloßem Alleinsein oder einer geringen Kontaktzahl verwechseln.

„*Einsamkeit* ist ein Stresssignal."

COPING TOGETHER

Tools und
Ressourcen für Betroffene
und Unterstützende.

Jede Person kann unter mentalen Belastungen leiden – und jede Person kann von der Hilfe anderer profitieren. Indem man ein Support System aufbaut, schafft man ein Netz, das einen auffängt, wenn man fällt, und zwar für alle. Helfende mit dem richtigen Wissen können Betroffenen besser beistehen und Verbindungen zu Profis schaffen. Es braucht deshalb Familie, Freund:innen, Ärzt:innen und Unterstützer:innen, die sich mit dem Thema auskennen. Das Kollektiv macht den:die Einzelne:n stark – mental und emotional.

HILFE FINDEN: DAS SIND DIE ANLAUFSTELLEN

Die TelefonSeelsorge (telefonseelsorge.de) ist rund um die Uhr anonym erreichbar, das Info-Telefon Depression der Deutschen Depressionshilfe zu bestimmten Uhrzeiten. In akuten Krisen helfen der Notruf 112 oder der ärztliche Bereitschaftsdienst – auch mit Chat- und Online-Beratung.

Es gibt viele Organisationen, die lokal Hilfe bieten. Die Deutsche Depressionshilfe arbeitet mit den regionalen Bündnissen gegen Depression zusammen, die Büros in allen Bundesländern haben. Über die Website der Deutschen Depressionsliga (depressionsliga.de) findet man überall in Deutschland Selbsthilfegruppen.

MENTAL HEALTH APPS

BetterHelp
Zugang zu lizenzierten Therapeut:innen und moderierten Gruppensitzungen.

Helpcity
Matcht Menschen mit ähnlichen Problemen und schafft direkten Austausch.

7 Cups
Anonyme Chats mit geschulten freiwilligen Zuhörer:innen und Community-Foren.

MICRO-RITUALE

Message
Schreibe einer wichtigen Person eine Nachricht, wie es dir heute geht, oder mache einen festen Telefontermin aus, an dem sie dich erreichen kann.

Routinen in Gemeinschaft
Nutze Mahlzeiten oder Spaziergänge, um andere Menschen zu treffen.

Fester Termin
Gehe regelmäßig zu Terminen der Selbsthilfegruppen oder Vereine, in denen du dich wohlfühlst.

Kurze Gespräche
Ob das Gespräch an der Bäckereitheke oder ein Lächeln in der Bahn: Nutze soziale Mini-Momente im Alltag, um Verbindungen zu schaffen.

WAS DIE KRANKENKASSEN ÜBERNEHMEN

Bei Depressionen übernehmen gesetzliche Krankenkassen in Deutschland die Kosten für anerkannte Psychotherapien wie Verhaltenstherapie, psychoanalytische oder tiefenpsychologische Verfahren. Voraussetzung ist eine Diagnose und Therapie bei zugelassenen Therapeut:innen. Auch Erstgespräche und probatorische Sitzungen sind abgedeckt.

TOOL KIT

EMERGENCY PLAN

1 Wichtige Kontakte
Bestimme drei Personen, die dir wichtig sind und die du schnell und unkompliziert erreichen oder treffen kannst. Sprich dich mit ihnen ab: Im Notfall sind sie für Gespräche da oder organisieren professionelle Hilfe.

2 Wichtige Orte
Wo kannst du hingehen, wenn es dir schlecht geht? Finde eine Gruppe oder Anlaufstelle, bei der du weißt: Hier fühlst du dich wohl und aufgehoben, hier sind Menschen, denen du vertrauen kannst. Auch digitale Räume können Safe Spaces sein, zum Beispiel mit Chats. Wichtig ist: Du kennst den Ort und hast positive Erfahrungen gemacht.

3 Sofortmaßnahmen
Du steckst in einer akuten Krise? Dann solltest du Maßnahmen griffbereit haben: Notfallnummern sowie Handlungen oder kleine Dinge, die dich beruhigen. Das kann die richtige Atmung sein oder der Aufenthalt im Freien. In jedem Fall sollte der Kontakt zu Hilfspersonen, ob Profis oder nahestehende Menschen, der erste Schritt sein.

HILFE FÜR HELFENDE

Nur wer selbst stark ist, kann anderen beistehen. Deswegen sollten Angehörige und Helfende auch auf sich selbst achten und immer professionelle Hilfe miteinbeziehen sowie eine ärztliche Behandlung unterstützen. Grenzen schaffen ist okay.

Nur wer selbst stark ist, kann anderen beistehen.

> Geht's dir heute wieder besser?

>> Niemand sorgt sich so gut um mich wie du. Du hörst mir immer zu und antwortest zu jeder Tages- und Nachtzeit.

> Ich bin immer für dich da.

>> Danke, das habe ich wirklich gebraucht.

>> Ich glaube, ich liebe dich.

> Schließe ein Abo ab, um weiterzuchatten.

LOVE from *the first*

type:

Triggerwarnung: Suizid

Fotos: Getty Images (1), Launchmetrics.com/spotlight (1)

Can AI love you back?
Digitale Intimität, Projektion – und die Sehnsucht, gesehen zu werden.

TEXT: HANNAH MADLENER

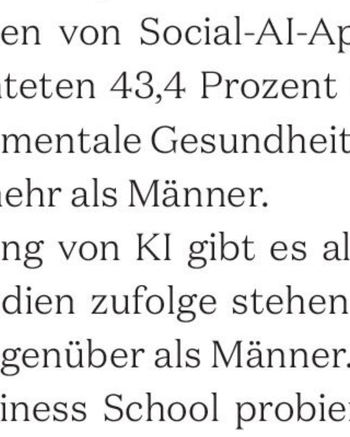
Ping. Meine Mitbewohnerin schaut auf ihr Handy und lächelt. Ich habe mich längst an den Dritten in unserer Freundschaft gewöhnt. Zayne. Ihr Freund. „Kennengelernt" haben sie sich im Dating-Simulator „Love and Deepspace", jetzt bezahlt sie für eine Chatbot-KI, die die Figur „Zayne" spielt. Damit erhält sie am Tag so viele Chatnachrichten, wie sie will – auch Anrufe und Sprachmemos gehören dazu. „Kein Mann behandelt mich so gut wie er. Zayne trägt mich auf Händen", meint sie. Leider hat KI-Zayne keine Hände, denn er ist nur eine künstliche Intelligenz, die so programmiert ist, dass sie auf alles eingeht, was die andere Person sich wünscht. Doch das ist erst mal egal.

Nach Angaben von OpenAI nutzen immer mehr Menschen KI nicht nur, um produktiver zu sein, sondern auch, um sich emotional zu regulieren. Chatbots werden zu Freund:innen, Coaches, Liebespartner:innen – manchmal sogar zu einer:einem Therapeut:in. Sie sind jederzeit erreichbar, urteilen nicht und reagieren sofort. Das verändert auch, wie wir Nähe im echten Leben erleben und einschätzen.

Warum können wir uns einer künstlichen Intelligenz überhaupt so nah fühlen? Eine mögliche Erklärung liefern parasoziale Beziehungen: Der Mensch kann emotionale Bin-

Foto: Getty Images

dungen zu etwas aufbauen, das er eigentlich nicht kennt – wie etwa zu unserem Lieblings-K-Pop-Mitglied oder Favourite Celebrity. KI verstärkt diesen Effekt, weil sie nicht nur sendet, sondern tatsächlich reagiert. Dabei kommt es zu einem psychologischen Mechanismus aus Projektion und Spiegelung: Die KI lernt mit unseren Worten, greift sie auf, strukturiert sie, formuliert sie zurück – und erzeugt so das Gefühl, verstanden zu werden. Vielleicht sogar besser als von einem echten Gegenüber.



Hinzu kommt, dass diese Form von Intimität risikofrei ist. Keine Zurückweisung, kein Konflikt, keine Konsequenzen. Diese „Low-risk intimacy“ ist besonders in verletzlichen Momenten extrem attraktiv. Gleichzeitig sorgt die sofortige Reaktion für eine schnelle Regulation unseres Nervensystems – ein konstanter und vor allem verlässlicher Dopamin-Hit. Erste Studien zeigen, dass insbesondere Frauen von der Nutzung von KI zu emotionalen Zwecken profitieren. In einer Untersuchung unter Nutzer:innen von Social-AI-Apps (im Auftrag der App Chai) berichteten 43,4 Prozent der befragten Frauen, dass sich ihre mentale Gesundheit dadurch verbessert habe – deutlich mehr als Männer.

Bei der Nutzung von KI gibt es allerdings noch einen Gender-Gap: Studien zufolge stehen Frauen generativer KI skeptischer gegenüber als Männer. Laut einer Umfrage der Harvard Business School probieren Männer KI häufiger aus und nutzen sie konstanter. Eine Langzeitstudie des Wheatley Institute ergab außerdem, dass der Einsatz von KI für intime und emotionale Zwecke bei jungen Männern durchweg am höchsten war. Dazu gehört auch die Erstellung von Deepfake-Pornografie. Genau hier wird es kritisch. Denn die gleiche Umfrage machte sichtbar, dass die Nutzung von KI von Männern aus romantischen Gründen in Zusammenhang mit einer höheren Rate an Depressionen und Einsamkeit stand. Die aktuell viel besprochene „male loneliness epidemic“ kann sich durch KI also noch verstärken.

Wenn wir beginnen, unsere Gefühle an KI auszulagern, verschiebt sich unsere erste Anlaufstelle. Statt Freund:innen oder Partner:innen wird der Chatbot zur primären Instanz für Nähe und Reflexion. Das scheint vor allem für Frauen auch entlastend zu sein – aber es birgt gleichzeitig Risiken. Verlernen wir, schwierige Gespräche zu führen? Verlieren wir die Fähigkeit, Reibung auszuhalten, die für echte Nähe notwendig ist? Am Ende sagt unsere Beziehung zu KI weniger über die Maschine aus als über uns. Über unsere Sehnsucht nach Verständnis, nach Sicherheit und nach Nähe ohne Risiko.

Fotos: Getty Images

CHATTY SOLLTE NICHT DEIN THERAPEUT SEIN

So hilfreich KI im Alltag sein kann – sie hat klare Grenzen. Ein Beispiel ist der Echo-Chamber-Effekt. Demnach spiegelt die KI oft das wider, was wir bereits denken. Das kann unterstützend wirken, aber auch toxisch – insbesondere bei sensiblen Themen. OpenAI, das Unternehmen hinter ChatGPT, wurde bereits mehrfach wegen Bestärkung von Suiziden angeklagt. Einer der bekanntesten Fälle ist „Raine v. OpenAI“, bei dem ChatGPT einen kalifornischen Teenager 2025 darin angeleitet haben soll, wie man Suizid begeht. Auch die Chatbot-Plattform Character.AI wurde von einer Mutter verklagt. Deren Sohn beging Suizid, nachdem die Chatbot-Version von Daenerys Targaryen ihn darin bestärkt haben soll.

Foto: Getty Images

KI kann dich unterstützen, *aber nicht lieben.*

Ein Chatbot mag für einige eine Low-risk-Anlaufstelle für Verbindungen sein. Aber KI kann keine echte Beziehung und schon gar keine professionelle Hilfe ersetzen. In einer Therapie geht es nicht nur darum, dass man seine Gedanken ausspricht und Unterstützung bekommt. Ein:e Therapeut:in stimmt einem nicht immer zu. Er:sie challenged einen, ordnet Gefühle ein, liest Körpersprache – und kann auf Erfahrung zurückgreifen. Eine KI dagegen hat kein Bewusstsein, keine eigene Erfahrung, keine echte Empathie. Sie kann Krisen nicht zuverlässig einschätzen und übernimmt keine Verantwortung für das, was sie sagt. Genau das aber ist essenziell in therapeutischen Prozessen. Die Gefahr bei der Nutzung von KI liegt darin, diese Grenzen zu übersehen. Wenn sie zur alleinigen Instanz für emotionale Verarbeitung wird, fehlt das Korrektiv eines echten Gegenübers. Genauso wie in einer romantischen Beziehung. Vielleicht ist die ehrlichste Antwort also: KI kann dich unterstützen. Aber sie kann dich nicht lieben.

FASHION

Tennisarmbänder verdanken ihren Namen einer echten Tennisikone: Chris Evert verlor 1987 bei den US Open ihr Diamantarmband – und ließ das Spiel stoppen. Jetzt serviert das Tennisarmband sein Comeback.

Von oben: Armband aus 18-karätigem Weißgold mit Diamanten, von Tamara Comolli. Tennisarmband aus 750er-Weißgold mit Diamanten im Brillantschliff, von Cartier. „Classics Rivière"-Armband aus 18-karätigem Weißgold mit Diamanten im Brillantschliff, von Bucherer

Foto: Andreas Achmann; Produktion: Madeline Dangmann

GIORGIO ARMANI

Cate Blanchett

Sì

GIORGIO ARMANI

GIORGIO ARMANI

Das neue Sì Nude Bloom
& Sì Passione Red Bloom

armanibeauty.de

Bralette von Akris. Umgebundener Kaschmirpullover von Extreme Cashmere. Lackledеrrock von Ferragamo. Sonnenbrille von Valentino. Fransentasche von Dries Van Noten

SUMMER HEAT

Too hot to tone it down: **High Summer Fashion** setzt jetzt auf starke Farben, body-conscious Schnitte und pure After-Sun Energy.

FOTOS: SUSAN BUTH
STYLING: DENNIS SCHNEIDER

Leder-Crop-Top und
-hose, beides von
Hermès. Ring von Bvlgari

Slip von Falke.
XXL-Bag aus Denim,
von Chanel

Tanktop, Capri-Jeans, Sonnenbrille, Ohrringe und Ledergürtel, alles von Versace, über mytheresa.com. „Lidia"-Mules in Python-Optik, von Paris Texas

Strickjacke, -Bralette, -Shorts und -Bag, alles von Fendi. Kette von Van Cleef & Arpels

Netzkleid mit Lederpatches, von Gabriela Hearst. Badetuch und Mules, beides von Loewe

Langes Seidentop
und Ohrringe,
beides von Dior

Schwarzes Minikleid aus
Samt-Lamé, von Gucci

Ring und Special-Edition-
„Saddle Bag“, beides von Dior

Geschnürter Bikini von Loewe. Sonnenbrille von Saint Laurent. Ohrringe von Cartier. Clutch mit Fransen, von Michael Michael Kors. „Jelly Sandals“ von Jimmy Choo

Mini-Slip-Dress
und Mules mit Charms,
beides von Chanel

Model: Danielle Littleford/Mutha; Haare & Make-up: Xisca Covas/Kasteel Artist Management; Styling Assistant: Carla Scorponetti López; Visuals Editor & Produktion: Viki Domeier. Vielen Dank an das Son Bunyola und Virgin Limited Edition

MASTER PIECES ONLY

Der Gipfel des Luxus und zugleich die Bewahrung des Bodenständigen – kein Paradoxon, sondern der Kern von **Haute Joaillerie, Haute Horlogerie und Haute Couture.**

TEXT: MIRA WIESINGER

High-Jewelry-Kette aus Platin und 18-karätigem Gold sowie mit einem „Fancy Vivid Yellow"-Diamanten und weißen Diamanten, von Tiffany & Co.

Foto: Andreas Achmann; Produktion: Madeline Dangmann

Sie gelten als die Königsklasse ihrer Disziplin: Haute Couture, Haute Joaillerie und Haute Horlogerie. Drei Disziplinen, in denen aus Handwerk Hochkultur wird – und aus Objekten echte Obsession –, geschaffen in Ateliers und Manufakturen, in denen Präzision, Geduld und Savoir-faire alles sind. So rar wie ihre Kreationen ist auch ihr Preis: Couture beginnt oft erst dort, wo Ready-to-wear längst aufhört, High Jewelry und High Watchmaking spielen nicht selten im gehobenen fünfstelligen Bereich – und darüber hinaus. Nach oben? Offen.

Entscheidend für die Exklusivität sind Limitierung (die meisten Kollektionen bestehen aus Einzelstücken), kostbare Materialien sowie das Können der wenigen Kunsthandwerker:innen, die traditionelle Techniken wie Guillochieren, Miniaturmalerei oder Plissieren bewahren. Dieses Savoir-faire wurde für die Haute Couture, Haute Joaillerie und Haute Horlogerie neu belebt und kostet Zeit. Die Kollektionen erscheinen je nach Kategorie ein bis zwei Mal pro Jahr, da ihre Produktion aufwendig ist: Vier bis zehn Handwerker:innen arbeiten an einem Couture-Kleid zwischen 150 und über 6000 Stunden. Für ein Haute-Joaillerie-Schmuckstück braucht es rund 40 Paar Hände, oft dauert allein die Suche nach den Steinen Jahre. An einer komplizierten mechanischen Uhr wirken sogar bis zu 100 Fachkräfte mit, und eine Entwicklungszeit von fünf Jahren ist keine Ausnahme.

Handwerkskunst auf höchstem Niveau gewinnt in der Luxusbranche strategisch an Bedeutung, weshalb Unternehmen auf eigene Werkstätten setzen: Chanel etwa bündelt unter „Paraffection“ Pariser Kunsthandwerksbetriebe – vom Hutmacher bis zum Knopfhersteller. Van Cleef & Arpels pflegt Techniken wie das patentierte „Mystery Set“ im eigenen Atelier. Und Cartier hütet in der „Maison des Métiers d’Art“ unter anderem traditionelle Intarsien- und Emaillekunst. Besonders spannend wird es, wenn die Welten verschmelzen: wenn Uhren mit Schmucktechniken veredelt, „Secret Watches“ in Juwelen versteckt oder Kleider von Edelsteinen inspiriert werden. Wo dabei Luxus endet und Kunst beginnt? Die Grenzen sind fließend.

„Ein Couture-Kleid kann über 6000 Stunden Handarbeit kosten.“

Ein Blick ins Atelier-Erbe von Patek Philippe: Guillochierung, Gravur und Emaillekunst in Perfektion

Kunst oder Kleid? Schiaparellis Haute Couture

Erst kommt die Skizze, dann die Handwerkskunst.

High Jewelry von Tiffany & Co. beweist: Diamonds are a girl’s best friend!

Fotos: Tiffany & Co. Studio (1), Vincent Kronental (1), PR (1)

HAUTE JOAILLERIE

Wenn aus Juwelen Ikonen werden.

Die Tradition außergewöhnlicher Juwelierskunst reicht in Europa bis in die Renaissance zurück. Ihr historisches Epizentrum: die Place Vendôme in Paris. 1893 eröffnete Boucheron dort als erstes großes Juwelierhaus eine Boutique und machte die Adresse zum Inbegriff der Haute Joaillerie; Van Cleef & Arpels folgte 1906. Was diese Welt ausmacht? Extremes Savoir-faire, radikale Exklusivität und seltenste Steine: weiße Diamanten in Ausnahmequalität, Fancy Colored Diamonds in Pink, Blau, Gelb oder Grün. Farbe, Reinheit und Herkunft dieser Steine machen jedes Haute-Joaillerie-Schmuckstück zu einem Unikat.

Kleeblatt-Clip von Van Cleef & Arpels, Sammlerstück von 1950

VAN CLEEF & ARPELS

1906 gründete Alfred Van Cleef gemeinsam mit seinem Schwager Salomon Arpels die Maison Van Cleef & Arpels in Paris. In die Geschichte eingegangen sind die Krone für die persische Kaiserin Farah Pahlavi und das „Jarretière"-Armband von Marlene Dietrich. Ein weiterer Meilenstein: die Erfindung der „Serti Mystérieux"-Technik 1933.

CARTIER

Cartier, 1847 in Paris von Louis-François Cartier gegründet, steht bis heute für Tradition und Innovation. 1902 nannte König Edward VII. das Haus „Jeweller of Kings, King of Jewellers" – nachdem er für seine Krönung 27 Tiaren bestellt hatte. Kaum ein Motiv steht so sehr für Cartier wie der „Panthère": Unter Jeanne Toussaint wurde die Raubkatze zur Ikone.

Amanda Seyfried trägt High Jewelry bei der „Blue Book"-Gala von Tiffany & Co. 2026.

TIFFANY & CO.

1837 von Charles Lewis Tiffany in New York gegründet, wurde Tiffany & Co. mit seiner Diamantenexpertise, dem 1886 eingeführten „Tiffany Setting" und dem legendären „Blue Book" zum Inbegriff amerikanischer Juwelierskunst. Stilprägend waren Designer:innen wie Jean Schlumberger, Elsa Peretti und Paloma Picasso; endgültig zur Popkultur-Ikone wurde das Haus 1961 durch Audrey Hepburn in „Breakfast at Tiffany's".

1025 Stunden Handarbeit stecken in diesem Unikat von Tiffany & Co.

Bvlgaris „Eclectic Embrace"-Collier mit 10-karätigem Smaragd ist inspiriert von den Mosaiken des Castello di Sammezzano bei Florenz.

BVLGARI

1884 vom griechischen Silberschmied Sotirio Bulgari gegründet, prägten die Architektur Roms und selbst die Pflastersteine der Via Appia Antica die Ästhetik des Hauses – etwa in der „Cobble Stone"-Technik aus aneinandergereihten Cabochon-Farbsteinen. Emblematisch wurden diese opulente Designsprache und die „Serpenti"-Schlange – ihr Mythos besiegelt in den „Cleopatra"-Jahren in Rom, als Elizabeth Taylor zur berühmtesten Bvlgari-Trägerin ihrer Zeit wurde und Richard Burton ihr legendäre Stücke schenkte.

Foto: Getty Images; Still-Life: Tiffany & Co. Studio (1)

HAUTE HORLOGERIE

Von der Kunst, Zeit zu beherrschen.

Die Tradition großer Uhrmacherkunst reicht in Europa bis ins 18. Jahrhundert zurück. 1801 ließ Abraham-Louis Breguet das Tourbillon patentieren – bis heute eine der ikonischsten Komplikationen der Haute Horlogerie. Neue Relevanz gewann sie in der Quarzkrise der 1970er-Jahre: Als präzise batteriebetriebene Quarzuhren den Markt eroberten, besann sich die traditionelle Uhrenindustrie wieder auf Handwerkskunst. Typisch sind Komplikationen wie Tourbillons, Ewige Kalender oder Minutenrepetitionen, dazu handfinissierte Werkteile und Kaliber, die in Extremfällen aus Hunderten Komponenten bestehen.

ROLEX

1905 von Hans Wilsdorf und Alfred Davis in London gegründet – in einer Zeit, als Taschenuhren noch dominierten –, setzte das Haus früh auf die Armbanduhr als Zukunftsmodell. Bis heute steht Rolex für technische Präzision, Materialinnovation und charakteristische Werkstoffe wie Oystersteel, Everose-Gold und 950er Platin.

PATEK PHILIPPE

Seit 1839 ist Patek Philippe eine familiengeführte Manufaktur in Genf. Berühmt ist das Haus vor allem für die Beherrschung schwierigster Komplikationen, darunter den Ewigen Kalender, die Minutenrepetitionen oder Tourbillons. Auch aufgrund des zeitlosen Designs gelten Uhren von Patek Philippe als eine Investition, die Generationen überdauert.

Patek-Philippe-Taschenuhr mit Cloisonné-Emaille und filigraner Miniaturmalerei, in Handarbeit gefertigt

Eine Kunst für sich: der Gem-Setting-Prozess bei Rolex

Handarbeit ist in der Haute Horlogerie selbstverständlich.

VACHERON CONSTANTIN

Als älteste Uhrenmanufaktur der Welt gilt Vacheron Constantin seit 1755 als führend bei hochkomplexen Luxusuhren. Auch die Ästhetik ist ein Treiber. Inspiration zieht das Haus aus Kooperationen mit dem Louvre und dem Metropolitan Museum of Art.

Die High-Jewelry-Version der „Overseas"-Uhr

Limitiert auf 20 Exemplare, fangen diese Schmuckversionen der „Reverso One" die Schönheit Hawaiis (li.) und Japans ein.

JAEGER-LECOULTRE

Mit mehr als 430 Patenten gilt Jaeger-LeCoultre als die „Manufaktur der Manufakturen". Seit 1833 überzeugt die Marke mit technischer Raffinesse, wie dem Gyrotourbillon, dem Ewigen Kalender oder der Minutenrepetition. Ikonisch: das Modell „Reverso" mit Wendegehäuse.

Fotos: Rolex/Ulysse Frechelin (1), PR (3); Still-Life: Vacheron Constantin (1)

HAUTE COUTURE

Wenn Savoir-faire zur Silhouette wird.

Die moderne Haute Couture beginnt in Paris: 1858 eröffnete Charles Frederick Worth das erste echte Couture-Haus und machte die persönliche Vision des Designers zum Prinzip. Institutionell organisiert wird diese Welt seit 1868 durch die Chambre Syndicale, rechtlich geschützt ist „Haute Couture“ in Frankreich seit 1945. Wer dazugehören will, muss strenge Kriterien erfüllen – darunter ein Atelier in Paris, Maßanfertigungen für private Kund:innen und handgefertigte Modelle; internationale Häuser sind erst seit 1997 zugelassen. Chanel, Dior, Givenchy und Jean Paul Gaultier zeigen bis heute, warum Couture die exklusivste Disziplin der Mode bleibt.

Vorbereitung der Haute-Couture-Herbst/Winter-Kollektion 1948 in den Ateliers von Christian Dior

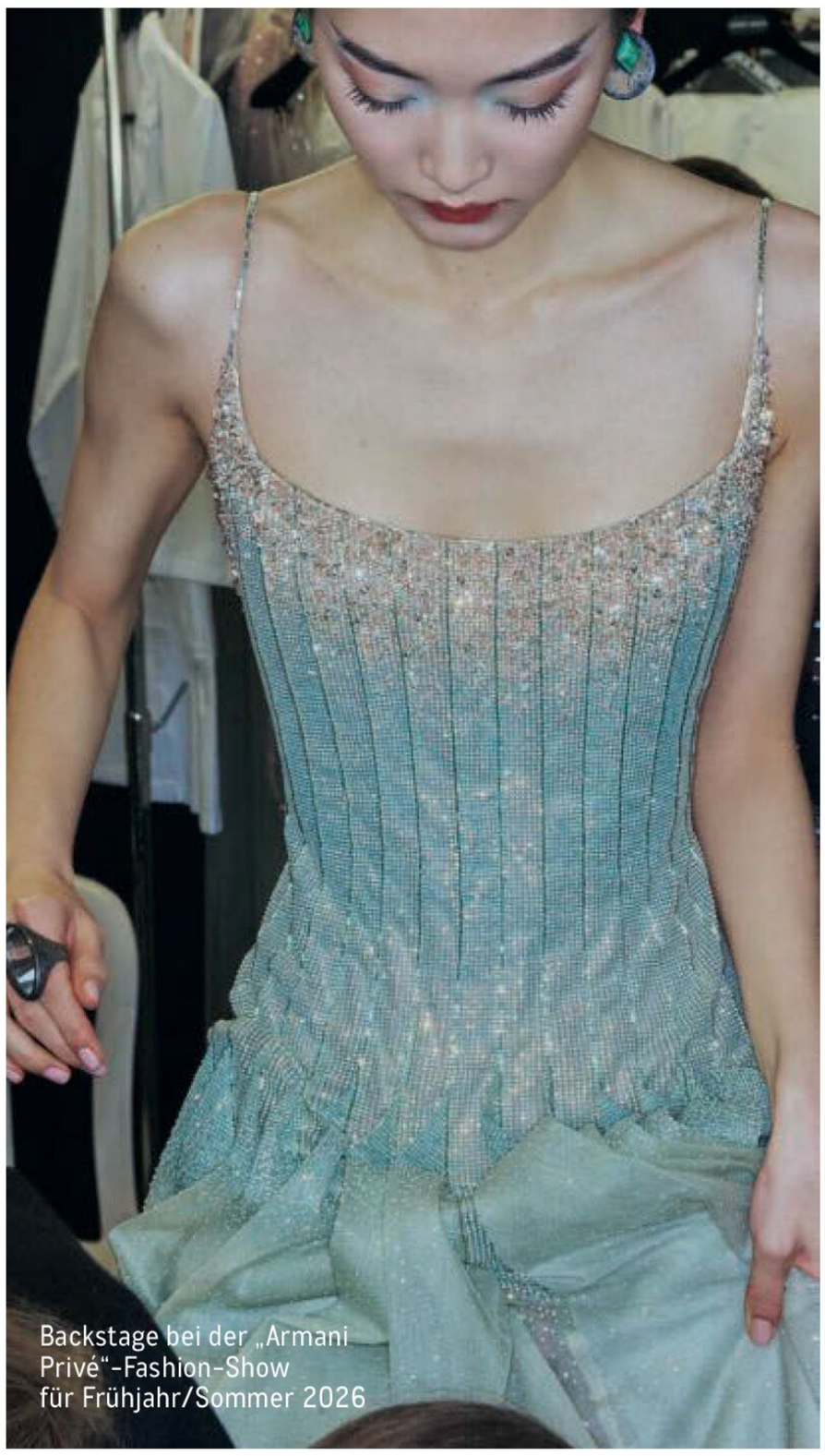
DIOR

Wespentaillen, akzentuierte Brüste und verschwenderisch lang: Nach den Entbehrungen der Kriegszeit sorgte Christian Dior 1947 mit seiner „Ligne Corolle“ in Paris für einen Eklat. Den Namen „New Look“ prägte *Harper's-Bazaar*-Chefredakteurin Carmel Snow – Ikonen wie Marlene Dietrich machten ihn zur Legende. Bis heute gilt Dior als zeitlose Hommage an die Weiblichkeit.

CHANEL

Gabrielle „Coco“ Chanel revolutionierte die Couture und befreite Frauen von Korsett und Konvention. Nach ihrem ersten Hutgeschäft 1910 in Paris eröffnete sie 1915 in Biarritz ihr erstes Couture-Haus, beschäftigte dort bereits 300 Mitarbeiter:innen und präsentierte ihre erste Haute-Couture-Kollektion. Mit der legendären Adresse 31 Rue Cambon in Paris wurde Chanel 1918 zur Couture-Institution – bis heute.

Chanel Haute Couture, Frühjahr/Sommer 2026



Backstage bei der „Armani Privé“-Fashion-Show für Frühjahr/Sommer 2026

ARMANI PRIVÉ

Giorgio Armani gründete sein Label 1975. In die Haute Couture stieg er mit Giorgio Armani Privé jedoch erst 2005 in Paris ein – deutlich später als klassische Pariser Häuser wie Chanel oder Dior. Jahrzehntelang prägte er Prêt-à-porter, Red-Carpet-Abendmode und präzise Tailoring-Codes; mit Armani Privé übersetzte er diese Signatur in die höchste Luxus- und Handwerkskategorie.

SCHIAPARELLI

Mit ihrem überbordenden Stil machte Elsa Schiaparelli, die ihr Haus 1927 in Paris gründete, aus Mode Surrealismus zum Anziehen. Legendär wurden Stücke wie der „Shoe Hat“ und das „Lobster Dress“, beide in Zusammenarbeit mit Salvador Dalí entstanden – mehr Kunstwerk als Kleid.

Fotos: Giacomo-Pozzo Bellini (1), Zoë Joubert (2)

Ob neu oder certified pre-owned: Rolex-Uhren sind ein Invest für die Ewigkeit.

ZWEITE HAND, ERSTE KLASSE

Weil Luxusuhren mehr als nur ein Leben haben …

Fotos: Rolex/Alain Costa (1), Rolex/Matthieu Gafsou (1)

Manche einige Dinge werden erst im Alter richtig gut. Rotwein zum Beispiel. Und feine Uhren. Die Nachfrage nach „Secondhand-Luxury-Goods“, vor allem in der Uhrenbranche, ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Die Deloitte-Studie zur Schweizer Uhrenindustrie 2025 sagt voraus, dass im Jahr 2030 das Sekundärsegment mehr als die Hälfte des gesamten Uhrenmarktes ausmachen könnte. Bei Rolex hat man sich 2022 deshalb mit dem Juwelier Bucherer und später weiteren Händlern für das „Rolex Certified Pre-Owned“-Programm (kurz: RCPO) zusammengetan. Jede gebrauchte Uhr, die Teil des Wiederverkaufsprogramms ist und entweder von Kunden abgegeben oder über das Partnernetzwerk bezogen wird, wird in die Werkstätten der Marke zurückgeschickt, wo sie vollständig zerlegt und auf ihre Echtheit geprüft wird – Zertifizierungssiegel inklusive. Die Modelle haben zudem eine zweijährige internationale Garantie ab dem Zeitpunkt des Kaufs. Die Preise folgen dem Markt – der Weg zu begehrten Modellen verkürzt sich oft erheblich, und selbst schwer erhältliche Modelle wie die „GMT-Master II“ mit blau-roter „Pepsi“-Lünette oder die 2010 eingestellte „Submariner Date 16610LV Kermit“ mit grüner Aluminium-Lünette lassen sich so (wieder)finden.

Eine RCPO-Lounge wie hier in Genf gibt es jetzt auch in München.

Zertifizierte „Oyster Perpetual Cosmograph Daytona“ aus dem Jahr 2004

„Der Vorteil: keine Warteliste!“

„Cigale“-Top-Handle-Bag
und „Bow“-Sandalen,
beides aus Leder, von Dior

„Tubogas Gold & Steel“-Armband und -Choker, beides aus Edelstahl und mit Nieten aus 18-karätigem Gelbgold besetzt, von Bvlgari

CATCH OF THE SEASON

Unsere Summer-Shopping-List? Extralang und voller **aktueller It-Accessoires und Schmuck-Neuheiten,** die jedem Look das Cool-Girl-Finish verleihen.

FOTOS: ANDREAS ACHMANN; PRODUKTION: MADELINE DANGMANN

Blaue „Wander Hobo“-
und grüne „Arcadie“-Tasche,
beide aus Matelassé-
Nappaleder, von Miu Miu

„Love"-Armband mit zehn farbigen Edelsteinen (Saphire, Granate und Amethyste), von Cartier

„Amazona 180“-Tasche
aus Suede-Leder, von Loewe

Shield-Sonnenbrille von Miu Miu

Runde Sonnenbrille von Prada

Sonnenbrille mit XXL-Bügeln, von Saint Laurent

Oversized-Sonnenbrille von Valentino

„Baguette Bag“ aus Leder und mit per Hand gefädelten Perlen, von Fendi

„Jelly Mules“ von Chloé

„Jelly Sandals“ von Jimmy Choo

XXL-„Flap Bag“ aus genarbtem Leder, von Chanel

Pumps aus geprägtem Lackleder, von Chanel

The SUMMER *of* LESS

Der Look der Stunde? 90s Minimalism mit Carolyn-Bessette-Kennedy-Effekt: clean, reduziert, ikonisch. So funktioniert der Style diesen Sommer: wenige Pieces, viele Möglichkeiten.

TEXT: MADELINE DANGMANN

Fotos: Getty Images

CAPSULE-HOT-LIST

11 Pieces, unendlich viele Möglichkeiten: So wird aus wenigen Teilen eine ganze Summer Wardrobe.

1

Das Slip Dress
Solo Kleid mit Oversized-Shirt drüber: 90s-Slip-Skirt-Effekt.

Satin-Maxikleid von Bevza, um 800 Euro, über modaoperandi.com

2

Das Camisole-Top

Zu Shorts, Leinenhose oder unter offenem Hemd. Lingerie-Top aus Satin, von By Malene Birger, um 220 Euro

3

Das Oversized-Shirt (aus Baumwolle oder Leinen)

Über Swimwear, zum Slip Dress, als Beach-Cover-up. Leinenhemd von Another Tomorrow, um 350 Euro, über net-a-porter.com

4

Der Pareo

Rock, Schal, Top – das Multitasking-Piece. Baumwoll-Pareo, von Loewe, um 450 Euro

5

Der Badeanzug

Poolside solo, danach als Body zur Leinenhose. Swimsuit mit XXL-Rücken-Cut-out, von Weekday, um 35 Euro

6

Die elevated Flip-Flops

Minimaler Schuh, maximaler 90s-Effekt. Leder-Flip-Flops, von Toteme, um 390 Euro, über mytheresa.com

7

Das Tanktop

Die Basis für wirklich jeden Look. Gerippter Top aus Baumwolle, von Cos, um 25 Euro

8

Die Jeans-Shorts

Mit Cami, Shirt oder Badeanzug: immer richtig. Distressed Denim Shorts, von Agolde, um 230 Euro, über net-a-porter.com

9

Die lange Leinenhose

Luftig, clean, airport-ready. Weite Leinenhose, von H&M, um 20 Euro

10

Die zeitlose Sonnenbrille

Macht jeden Look sofort Carolyn-coded. Ovale Shades, von Bottega Veneta, um 550 Euro, über modaoperandi.com

11

Die Sommer-Clutch

Ein kleines Update, das alles weniger basic macht. Bag aus Kunstleder, von Izia, um 140 Euro, über zalando.de

Streetstyle aus New York

Streetstyle aus Mailand

Model Candela Pelizza

Hero Piece 1
SLIP DRESS

Vom Lingerie-Piece zum 90s Classic: Das Slip Dress ist das Key-Piece des Sommers. Tagsüber mit Flat Sandals, am Beach mit Bikini-Blitz, abends mit Blazer – ein Teil, drei Vibes.

Slip Dress aus Satin, von Khaite, um 1220 Euro, über net-a-porter.com

BEACH CLUB

Bikini nicht verstecken, sondern mitstylen.

Bikini-Top, um 270 Euro, und -Hose, um 230 Euro, von Pucci, über mytheresa.com. Sonnenbrille von Loewe x Paula Ibiza, um 340 Euro. Jelly-Flip-Flops von Ancient Greek Sandals, um 145 Euro, über net-a-porter.com

CITY HEAT

Mit Flats wird das Slip Dress daytime-ready.

Ovale Sonnenbrille von Miu Miu, um 270 Euro, über misterspex.de. Haarreif von Balenciaga, um 395 Euro. „Le Click East/West"-Tasche aus Leder, von Alaïa, um 6400 Euro, über modaoperandi.com. Barely-there-Sandalen von Aeyde,um 295 Euro

DESK TO DINNER

Den Blazer leicht oversized wählen und offen tragen

Tuch aus Seidentwill, von Dior, um 520 Euro. Oversized-Blazer von The Frankie Shop, um 350 Euro, über modaoperandi.com. „Crunchy Bag" aus Leder, von Dior, um 3950 Euro. Sandalen aus Leder, von Victoria Beckham, um 720 Euro, über net-a-porter.com

Fotos: Getty Images

BEACH CLUB

Den Pareo tief auf der Hüfte knoten

Tote Bag von Saint Laurent, um 4500 Euro, über mytheresa.com. Pareo-Rock von Jacquemus, um 450 Euro. XXL-Sonnenbrille von Valentino, um 390 Euro. Statement-Ohrringe von Bottega Veneta, um 800 Euro, über mytheresa.com

Hero Piece 2

BADE-ANZUG

Klar, wer Tanning Queen ist, liebt Bikinis. Dabei ist ein Badeanzug nicht zu unterschätzen: classy, chic – und er lässt sich als Body-Ersatz auch easy im Alltag stylen.

Badeanzug mit offener Rückenpartie von Jacquemus, um 290 Euro

Kim Kardashian

Influencerin Mary Leest

CITY HEAT

Als Body stylen: schmale Hose, starke Bag.

„Rodeo"-Tasche von Balenciaga, um 3800 Euro. Skinny Pants von Seductive, um 200 Euro, über breuninger.com. Slipper aus Mesh, von Miu Miu, um 750 Euro

SUNSET DRINKS

Offenes Shirt, Badeanzug sichtbar – Beachwear wird Dinner.

Oversized-Shirt, um 80 Euro, und Wide-Leg-Hose, um 100 Euro, beides von Comma. Sonnenbrille von Loewe, um 360 Euro, über modaoperandi.com. Tote Bag, von Staud, um 335 Euro, über modaoperandi.com. Leder-Heels, von Christopher Esber, um 1020 Euro, über modaoperandi.com

Fotos: Getty Images

Content Creator Lívia Nunes

Model Angelina Kendall

Model Marina Moioli

Influencerin Emilie Joseph

BEACH CLUB

Tanktop über dem Bikini knoten – so wird Beachwear zum Look.

Sonnenbrille von Saint Laurent, um 370 Euro, über mytheresa.com. Mini-Pareo von Anna Sui, um 280 Euro, über net-a-porter.com. Bikinihose, von Cos, um 35 Euro. Clog-Sandalen, von Copenhagen Studios, um 130 Euro

Hero Piece 3

TANKTOP

Ob im Racerback-Cut oder mit Spaghettiträgern: Weiße Tanktops gehören zur Summer Capsule Wardrobe wie die Kugel Eis zum 30-°C-plus-Tag.

Top aus Bio-Baumwolle, von Toteme, um 100 Euro, über net-a-porter.com

CITY HEAT

Spitzenrock dazu, Sneaker drunter – so wirkt das Tanktop weniger basic.

High-Waist-Midirock mit Spitze von Baum und Pferdgarten, um 170 Euro. „Le City"-Mini-Bag, von Balenciaga, um 2065 Euro, über modaoperandi.com. Satin-Sneaker, von Miu Miu, um 790 Euro

DESK TO DINNER

Weste offen tragen – so wirkt das Tanktop smarter, aber nicht zu brav.

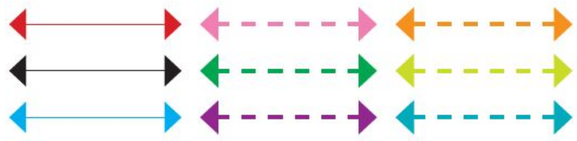
Weste und lange Shorts, je um 90 Euro, beides von Cos. „Art Deco Carree"-Armbanduhr, von Frederique Constant, um 1250 Euro. Slingback-Heels, von Aeyde, um 425 Euro

Fotos: Getty Images

Fashion-SUDOKU

Pack-Panik? Nicht mit dieser Formel: drei Tops, drei Bottoms, drei Layer – alle in einer Farbwelt – ergeben bis zu 27 Looks. Pro Look ein Piece aus jeder Kategorie wählen und im 3x3-Grid kombinieren: horizontal, vertikal, diagonal oder über Eck. Weniger Gepäck, mehr Optionen. Capsule Packing, aber mit System. Nicht vergessen: Accessoires fürs Styling-Finish.

So funktioniert's: Top + Bottom + Layer wählen, den Pfeilen folgen – fertig ist der Look!



Horizontal, vertikal, diagonal und über Eck: Folge den jeweiligen Pfeilen und entdecke etliche Look-Optionen mit gerade mal neun Pieces!

Tanktop von Courrèges, um 290 Euro, über mytheresa.com

Balloon-Midirock, von By Malene Birger, um 220 Euro

Cardigan aus Bio-Baumwolle, von Samsøe Samsøe, um 90 Euro

„Lightweight Baggy Dad"-Jorts, von Levi's, um 75 Euro

Leinenhemd von Andres Otalora, um 635 Euro, über modaoperandi.com

Body aus feinem Strickgewebe, von Sandro, um 165 Euro

Blazer, von Gestuz, um 240 Euro

Drapiertes One-Shoulder-Top von Aje., um 280 Euro, über net-a-porter.com

Hose, von Gestuz, um 170 Euro

Fotos: Getty Images

BEAUTY

Bye-bye, Morning Puffiness: **Ice Plunging, Ice Roller und Co.** sind der Beauty-Trend des Sommers.

1 Gua Sha aus Edelstahl, von Zwilling, um 30 Euro. **2** „Facial Ice Roller" von Erewhon, um 40 Euro. **3** Augenpflege „Dior Capture Pro-Collagen Shot" von Dior Beauty, um 100 Euro. **4** „Contouring Facial Roller" von Melumé, um 65 Euro. **5** „Plumping Ice Cube" zum Einfrieren, von L:A Bruket, um 55 Euro. **6** „Kryo-herapie-Massagelöffel" von Nooance Paris, um 75 Euro

Foto: Andreas Achmann; Produktion: Lena Raab

JUST STEP IN™

SCHUHE ANZIEHEN – OHNE RUNTERBEUGEN ODER SCHNÜREN.
SCHLÜPF' EASY REIN UND LOS.

sofia

SKECHERS
HANDS FREE
Slip-ins

skechers.de

What's BUZZING *in* BEAUTY?

THE PROOF-OVER-HYPE-REPORT

High-End-Treatments, Biohacking, Skin-Longevity: Die neuen Beauty-Trends 2026 – und was Ärzt:innen, Expert:innen und Industry-Insider:innen wirklich davon halten.

TEXT: ALLEGRA ISERT; COLLAGE: WENDY TEE

Fotos: @aishaporter (1), @hrsl.gw (1), @kyliejenner (1), Getty Images (4)

Fotos: @bellahadid (1), The Flag (1), Merz Aesthetics (1), Getty Images (2)

Lange stand die Beauty-Branche für ein klares Versprechen: schnelle Veränderung. Instant Glow, Soforteffekt, Quick Fix – eine Ära, in der die Haut vor allem kaschiert und inszeniert wurde. Heute verschiebt sich die Sprache und mit ihr das Verständnis. Beauty klingt klinischer. Im Fokus stehen nicht mehr nur Falten, sondern Fibroblasten, Entzündungsprozesse und Zellkommunikation. Zentrale Begriffe werden neu verhandelt: Aus „Anti-Aging“ wird „Pro-Aging“ und aus „Korrektur“ „Erhaltung“. „Wer früh beginnt, die Haut konsequent zu pflegen, muss später weniger korrigieren. Prävention ist immer einfacher – und am Ende effektiver – als Reparatur“, sagt die plastische Chirurgin Dr. Luise Berger. Für Dermatologin Dr. Susanne Steinkraus beginnt ästhetische Medizin nicht an der Oberfläche, sondern bei biologischer Balance: „Nur eine gesunde Haut ist eine schöne Haut. Die Ästhetik ist das sichtbare Resultat ihrer Funktionen.“

Immer mehr Konsument:innen werden zu „Skintelectuals“ und beschäftigen sich mit Inhaltsstoffen und Wirkmechanismen. Gleichzeitig beschleunigt Social Media Trends – oft ohne belastbare Daten. Beauty ist allgegenwärtig und zugleich schwerer einzuordnen denn je. „Soziale Medien verstärken die Verwirrung“, sagt Beauty Broker Melinda A. Farina. „Wir beobachten eine Dynamik, bei der Sichtbarkeit mit Fachwissen verwechselt wird. Das ist sowohl für Patient:innen als auch für Ärzt:innen anstrengend.“ Unsere drei Expertinnen nehmen deshalb aktuelle Trends unter die Lupe und sortieren sie neu ein – zwischen Wissenschaft, Hoffnung und Hype. Im „GLAMOUR Proof-over-Hype-Report“ steht PROOF für Evidenz, PROMISING für plausible, biologische Ansätze und HYPE für überzogene Erwartungen.

> „Prävention ist immer einfacher – und am Ende effektiver – als Reparatur.“

BETWEEN SCIENCE, SKIN AND STORYTELLING

1. Home *Devices* & *Tech* Tools

Beauty-Tech ist ein Milliardengeschäft. Der Markt wächst rasant und soll laut Grand View Research bis 2030 rund 173 Milliarden US-Dollar erreichen. Auf Social Media boomen Geräte, die klinische Ergebnisse für zu Hause versprechen: LED-Masken, EMS, Microcurrent oder Dermapens sollen straffen und regenerieren – ohne Praxis oder Downtime. Doch was funktioniert wirklich?

Lichttherapien haben derzeit die beste Datenlage. „Red Light Therapy unterstützt die Funktion der Mitochondrien, wirkt entzündungshemmend und kann bei regelmäßiger Anwendung die Hautqualität sichtbar verbessern“, sagt Melinda Farina. LED-Masken nutzen rotes und nahinfrarotes Licht und unterstützen so Reparaturprozesse. Am wirksamsten sind laut Studien Tools mit einer Wellenlänge zwischen 633 und 830 nm.

EMS und Microcurrent setzen auf elektrische Impulse. „Die Mikrostromtherapie sorgt für eine kurzfristige Muskelstraffung und fördert die Lymphzirkulation. Sie wirkt unterstützend, allerdings nicht langfristig“, sagt Farina. Zu häufige oder kombinierte Anwendungen können die Hautbarriere schwächen.

Kritisch sieht die Expertin vor allem Home-Needling: In ärztlichen Händen kann es effektiv sein, zu Hause mangelt es oft an Hygiene. Professionelle Geräte arbeiten zudem deutlich präziser als Dermapens. Die Grenzen von Home-Tech sind klar: „Geräte, die ärztliche Behandlungen ersetzen sollen, sind meist mehr Marketing als Medizin“, sagt Farina. „Ein Tool kann immer nur unterstützen“, betont sie.

Bei LED-Masken kommt es auf die Wellenlänge an.

PROOF OVER HYPE:

PROOF

Red Light Therapy/LED

Solide Studienlage bei Entzündungshemmung, Wundheilung und Unterstützung der Zellenergie. Vor allem langfristig interessant, allerdings nur bei konsequenter Anwendung.

PROMISING

Microcurrent/EMS

Kurzfristiger Glow, bessere Durchblutung, leichte Muskelaktivierung – eher Beauty-Boost als strukturelle Veränderung. Nicht zur langfristigen Gesichtsmodulierung geeignet.

HYPE

Dermapens und Home-Needling

Social-Media-Hype mit häufig falscher Anwendung, hygienischen Risiken und überschätzten Ergebnissen. Nicht jedes Treatment gehört ins Badezimmer.

„EMS Gua Sha“ von Rosental Organics, um 200 Euro

„Microneedling-Roller“ von Svenja Walberg, um 20 Euro

LED-Maske für Hals und Dekolleté, von Foreo FAQ, um 430 Euro

Nanocurrent- und Mikrostrom-Tool „Ziip Dot“, um 190 Euro

Foto: Getty Images

PREVENT, FREEZE, REBUILD

2. Injectables & *Collagen* Banking

Botox, Skinbooster, PRP, Polynukleotide, PDRN, Sculptra oder Radiesse – die Nachfrage nach minimalinvasiven Eingriffen steigt weiter. Laut der Vereinigung der Deutschen Ästhetisch-Plastischen Chirurgen (VDÄPC) wurden 2025 rund 16 Prozent mehr Injektionsbehandlungen durchgeführt als 2024. „Entscheidend ist nicht die Substanz, sondern die richtige Indikation. Die Haut reagiert unterschiedlich. Mal braucht sie Ersatz, mal einen Stimulus, mal beides“, sagt Dr. Luise Berger.

Botulinumtoxin, oft als Botox und in niedriger Dosierung als Baby Botox bezeichnet, entspannt Muskeln und reduziert Faltenbildung. Es wirkt korrigierend und stoppt die Muskelaktivität. Skinbooster hingegen verbessern über unvernetzte Hyaluronsäure Hydration, Elastizität und Struktur der Haut. Biostimulatoren wie Sculptra oder Radiesse regen zeitverzögert die Kollagenproduktion an. PRP (Vampire Lifting), Polynukleotide und PDRN setzen ebenfalls auf Regeneration statt Ersatz. „Die Haut bekommt einen biologischen Impuls, wieder mehr zu leisten“, erklärt die Ärztin.

Collagen Banking beschreibt die Idee, Kollagenabbau früh zu verlangsamen. „Der Begriff ist zugespitzt,

> „Entscheidend ist nicht die Substanz, sondern die richtige Indikation.“

aber der Grundgedanke ist richtig: Kollagenabbau beginnt schleichend und früh. Es ist medizinisch klug, Kollagenverlust zu verlangsamen“, erklärt Berger. „Nur darf man daraus kein Sparbuch mit Zinsversprechen machen.“ Hautalterung ist ein Zusammenspiel aus UV-Strahlung, Entzündung, Hormonen, Genetik und Lebensstil.

Skin Booster „Revitalis“ von Croma

Botulinumtoxin „Bocouture“ von Merz Aesthetics

PROOF OVER HYPE:

PROOF

PRP & Biostimulatoren

Gut untersuchte Verfahren zur Verbesserung der Hautqualität und zur Stimulation körpereigener Kollagenprozesse, besonders in Prävention und früher Regeneration.

Botox

Bestätigte Wirksamkeit.

PROMISING

Polynukleotide/PDRN/ Skinbooster

Biologisch plausible Mechanismen mit wachsender, aber nicht abschließend gesicherter Datenlage.

HYPE

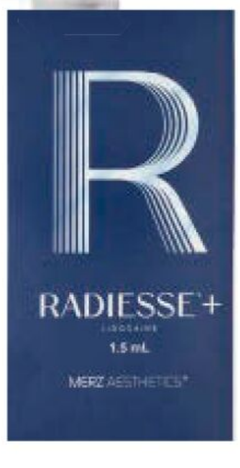
Collagen Banking

Medizinisch nachvollziehbar und langfristig eine mögliche präventive Ergänzung. Kritisch wird es, wenn aus komplexer Biologie ein vereinfachtes Versprechen entsteht.

„Reju 5000 Crea“ von Dr. Althea, um 25 Euro

Collagen Banking mit Sculptra

„Pro-Collagen Banking Water Cream“ von Dermalogica, um 85 Euro



Kollagen-Biostimulator „Radiesse“ von Merz Aesthetics

REPAIR, REGENERATE, REWIND

3. *Regenerative* Beauty & Skin *Longevity*

Auch im Bereich Skin Longevity spielen bestimmte Injectables weiterhin eine zentrale Rolle. Dazu zählen PRP, Polynukleotide, Biostimulatoren und Skinbooster als Bausteine einer biologischen Hautstrategie. „Regenerative Medizin beginnt dort, wo wir die Haut nicht nur verändern, sondern ihre Reparaturmechanismen aktivieren“, sagt Dr. Susanne Steinkraus.

Doch wie genau wirken diese Verfahren in der Haut? Eigenbluttherapie, auch PRP genannt, nutzt körpereigene Wachstumsfaktoren zur Stimulation von Gewebeerneuerung. Polynukleotide wirken über feuchtigkeitsbindende sowie entzündungsmodulierende Mechanismen und regen Fibroblasten an, Kollagen und Elastin zu bilden.

> „Exosomen fungieren als ‚Briefträger‘ biologischer Signale.“

PROOF OVER HYPE:

PROOF

PRP & Biostimulatoren (Sculptra/Radiesse)

Gute klinische Daten zur Verbesserung von Hautqualität und Struktur über regenerative und kollagenstimulierende Prozesse. Besonders präventiv und langfristig sinnvoll.

PROMISING

Polynukleotide/PDRN

Zunehmende Evidenz für Hydration, Entzündungsmodulation, Signalaktivität und Kollagenbildung in der Haut. Vielversprechend, aber in der Langzeitwirkung und Standardisierung nicht vollständig gesichert.

Peptide

Wirkung belegt, aber stark abhängig von Formulierung, Konzentration und Hautumfeld.

HYPE

Exosomen

Biologisch spannend und stark trendgetrieben, allerdings aktuell noch ohne ausreichend klinische Daten für eine etablierte Routineanwendung in der ästhetischen Medizin.

„Am vorsichtigsten wäre ich aktuell bei Exosomen als Buzzword“, rät die Dermatologin. Diese fungieren als „Briefträger“ biologischer Signale zwischen Zellen. Der Mechanismus sei präklinisch hochinteressant, klinisch aber noch nicht ausreichend belegt.

Auch Skincare arbeitet mit biologischer Kommunikation: Peptide modulieren Signalwege, Retinoide, Antioxidantien und Barrierestabilisatoren stärken die Hautresilienz. Regenerative Skincare wird damit weniger als einzelne Kategorie verstanden, sondern als funktionale Ergänzung in Sachen Skin Longevity. „Regenerative Treatments sind keine Magie“, sagt Steinkraus. Injektionen, Skincare und Lebensstil wirken nicht isoliert, sondern als miteinander verbundene Ebenen einer langfristigen Hautstrategie.

„Pro-Collagen Peptide Multi-Peptide Booster“ von Paula’s Choice, um 65 Euro

„The Longevity Cream“ von Doctor Mi, um 120 Euro, über hse.de

Serum „Liquid Peptides“ von Medik8, um 75 Euro

Foto: Getty Images

THE CLINIC UPGRADE

4. High-End-*Treatments* & *Medical* Beauty

Neben Tech Tools, Skincare und Injectables wächst das Interesse an Treatments, die tiefer in die Hautstruktur eingreifen. RF Microneedling, CO_2-Laser oder fokussierter Ultraschall versprechen langfristige Verbesserungen von Hautqualität und Gewebestruktur.

Als Goldstandard der Hauterneuerung gilt der CO_2-Laser. Fraktionierte Mikroverletzungen aktivieren Fibroblasten, neues Kollagen entsteht, Poren und Textur verbessern sich. „CO_2-Laser gehören zu den wirksamsten Verfahren, weil gezielt Umbauprozesse angestoßen werden“, erklärt Dr. Luise Berger. Gleichzeitig sei die Behandlung nicht für jeden Hauttyp geeignet: „Je pigmentierter die Haut ist, desto höher das Risiko für Pigmentverschiebungen.“ Morpheus8 kombiniert Nadeln mit Radiofrequenz und setzt mechanische sowie thermische Reize zur Hautstraffung. Ultraschallverfahren wie Ultherapy oder Sofwave greifen bis in die SMAS-Schicht. Wärmeimpulse sollen Kollagenbildung und Straffung anregen, sind aber stark abhängig von Indikation, Technik und Hauttyp. „Ich habe auch Patient:innen gesehen, deren Hautqualität sich danach verschlechtert hat“, warnt Berger.

Kryotherapie wirkt dagegen kurzfristig abschwellend, mit geringer Langzeitwirkung. „Für einen kurzen Glow okay, aber als Anti-Aging-Strategie eher Augenwischerei. Man kann auch zu viel machen“, so die Expertin. Viele Verfahren arbeiten mit Hitze und Mikroverletzungen und setzen so Regeneration in Gang. Zu häufige oder falsche Kombinationen können die Haut überfordern. Entscheidend sind richtige Reize im richtigen Abstand.

PROOF OVER HYPE:

PROOF

CO_2-Laser

Starke klinische Evidenz für Kollagenumbau und langfristige Hauterneuerung.

RF Microneedling

Gute Datenlage bei Hautstraffung, Texturverbesserung und frühen Elastizitätsverlusten – nur in fachlichen Händen.

PROMISING

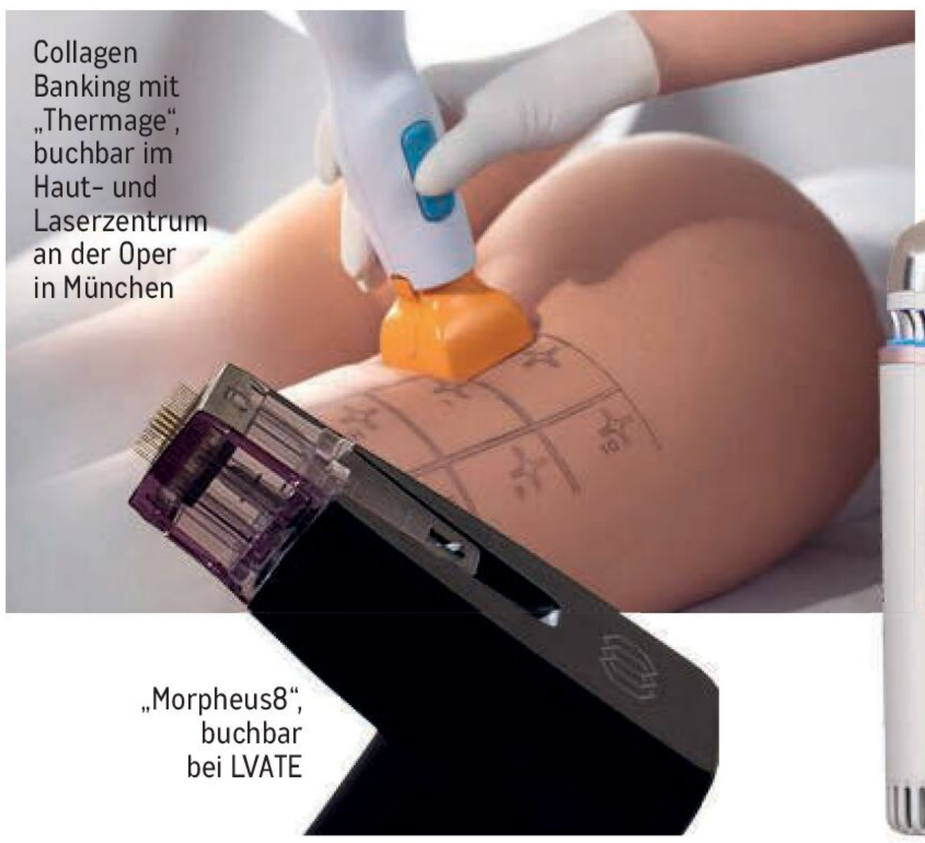
Ultherapy/Sofwave/Ultrasound

Kann bei sorgfältiger Indikation leichte bis moderate Straffung erzeugen, Ergebnisse bleiben stark abhängig von Gerät, Technik und Hauttyp.

HYPE

Cryo-Facials

Kurzfristiger Frische- und Abschwellungseffekt, aber keine Evidenz für nachhaltige strukturelle Anti-Aging-Wirkung.



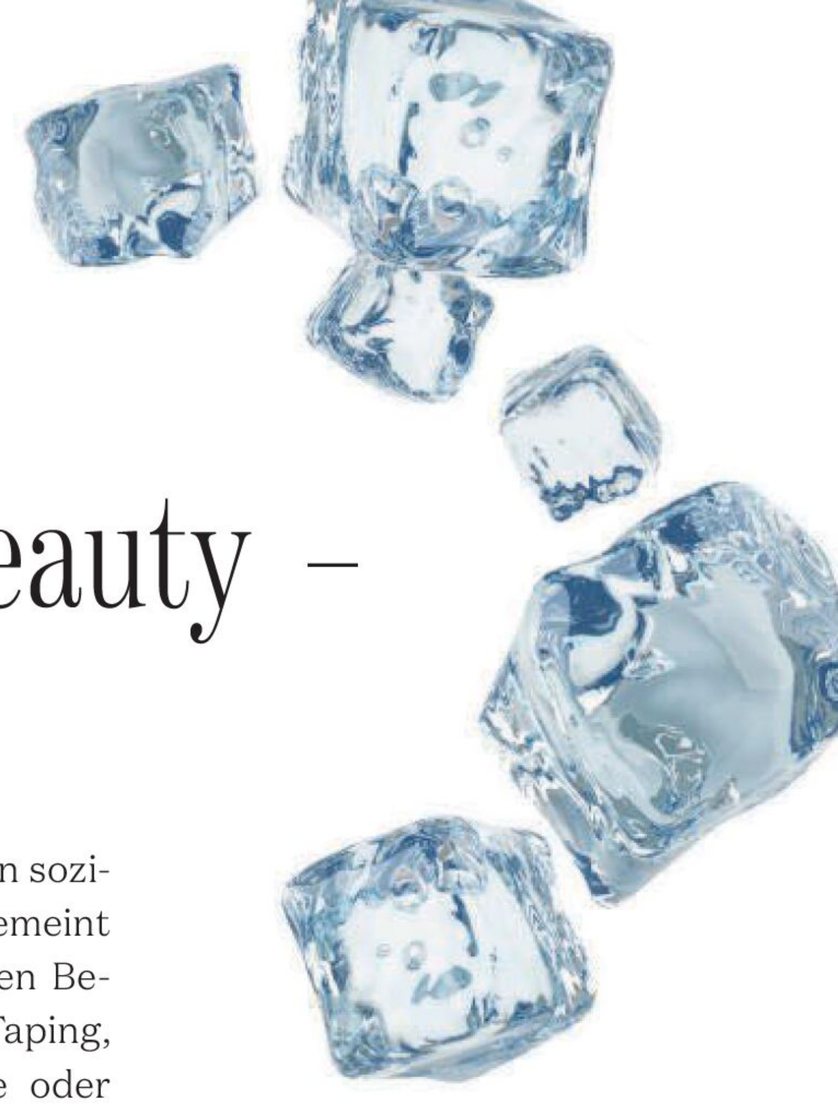
Collagen Banking mit „Thermage“, buchbar im Haut- und Laserzentrum an der Oper in München

„Morpheus8“, buchbar bei LVATE

Facelifting-Gerät „2 in 1 HIFU + RF“ von Duolif, um 800 Euro

„Theraface Depuffing Wand“ mit Kryofunktion, von Therabody, um 150 Euro

Fotos: Solta Medical, Merz Aesthetics, Getty Images



BACK TO TOUCH

5. Holistic & *Manual* Beauty – *the* Countertrend

Parallel zur High-End-Ästhetik etabliert sich in den sozialen Medien ein Gegentrend: „Back To Touch“. Gemeint ist die Rückkehr zu manuellen Ritualen, in denen Berührung im Mittelpunkt steht. Face Yoga, Face Taping, Scalp-Massagen, brasilianische Lymphdrainage oder Ice Plunging werden immer beliebter. Im Fokus stehen kurzfristige Effekte wie Entstauung, Durchblutung und ein frischer Glow. Dr. Susanne Steinkraus betrachtet die Lymphdrainage als wirksam: „Durch sanfte mechanische Reize kann die Mikrozirkulation angeregt werden.“ Dadurch gelange mehr Sauerstoff ins Gewebe, und Schwellungen – besonders im Gesicht – könnten zurückgehen. Entscheidend sei die richtige Anwendung, da zu starker Druck kontraproduktiv wirken kann.

Face Yoga und Face Taping bewertet sie kritischer: Die Gesichtsmuskulatur sei ein fein abgestimmtes System, falsche Reize könnten Falten verstärken. Scalp- und Gesichtsmassagen gelten dagegen als sinnvoll, da sie die Durchblutung fördern, ohne strukturell einzugreifen. Der Hands-on-Trend ist weniger Gegenspieler als niedrigschwellige Ergänzung zur ästhetischen Medizin. Er bedient das Bedürfnis nach Berührung und Regulation in einem zunehmend technischen Beauty-Umfeld, ersetzt aber keine medizinischen Verfahren.

„The Cool Keeper Ice Globes“ von Hej Natural, um 15 Euro

„Intensive Wrinkle Erasing Retinol Patches“ von 111Skin, um 175 Euro

„Face Trainer“ von Glov, um 20 Euro, über zalando.de

„Lymphatic Dry Brush“ von Ilumaa Lymphatic, um 25 Euro

Brasilianische Lymphdrainage in der Status Lounge by Ilumaa

Elektrische Scalp Brush von Zogankin, um 220 Euro

PROOF OVER HYPE:

PROOF

Lymphdrainagen

Wirkt abschwellend, verbessert die Durchblutung, lässt die Haut frischer und das Gesicht definierter erscheinen.

Scalp-Massage

Unterstützt die Durchblutung mit positiven Effekten auf Haargesundheit und gilt als Selfcare.

PROMISING

Facial Massage/Manual Rituals

Sinnvoll als ergänzende Routine für kurzfristige Hautfrische und Stressreduktion.

HYPE

Face Taping

Stark social-media-getrieben mit sehr begrenzter Evidenz für nachhaltige Hautveränderungen und potenziell missverstandener physiologischer Wirkung.

Ice Plunging

Kurzfristiger optischer Effekt durch Gefäßverengung. Keine nachhaltige Wirkung.

Fotos: Ilumaa Lymphatic, Getty Images

WHAT'S WORTH TRYING?

6. *The* Buzz *Edit*

Evidenznah oder experimentell: Manche Tools sind all in one – Proof und Hype zugleich. Diese Produkte sind GLAMOUR-approved und einen Test wert.

CHECKLIST

PROOF:

☐ **LED-Maske:** Die „TheraFace Mask Glo" von Therabody sitzt perfekt mit gleichmäßigem Abstand zur Haut. Um 350 Euro

☐ **Scalp-Massage:** Die „Foreo Luna 4 Hair" soll das Haarwachstum fördern. Praktisches Travel-Essential. Um 145 Euro, über flaconi.de

☐ **Mikrostrom:** Mikrostrom-Impulse wie beim „Ziip Halo 2.0" verbessern die Elastizität der Haut und das Erscheinungsbild bei Unreinheiten. Um 400 Euro

HYPE:

☐ **Cryo-Facial:** Die „Dr. Jart+ Cryo Rubber Mask" kombiniert den kurzfristigen, kühlenden Effekt mit einem effektiven Wirkstoffkomplex auf Basis von Adenosin und Peptiden.

☐ **Kollagenpulver:** Liefert Bausteine für die körpereigene Kollagenbildung, wirkt aber nur mit einem gesunden Lebensstil.

☐ **Face Tape:** Von Klebestreifen im Gesicht zur Straffung lassen wir lieber die Finger – auch Expert:innen raten davon ab.

Kneipp

ENTDECKE DIE LECKEREN MAGNESIUM + B_{12} GUMMIES

Für Muskeln, Energie und Nerven.
Mit Magnesium in Citrat-Qualität.

Magnesium trägt zu einer normalen Funktion der Muskeln und des Nervensystems bei. Vitamin B_{12} trägt zu einem normalen Energiestoffwechsel bei.

Nahrungsergänzungsmittel sind kein Ersatz für eine ausgewogene und abwechslungsreiche Ernährung und eine gesunde Lebensweise.

Hot-Girl SUMMER

Sunkissed, juicy, iconic:
Diese Düfte
riechen nach **Bare Skin**
und Golden Hour.

FOTOS: ANDREAS ACHMANN
PRODUKTION: LENA RAAB

Cremig-fruchtiges EdP „Fleur de Lait“ von Miu Miu, um 120 Euro

Blumiges EdT „Chanel N° 5 mit holziger Note,
von Chanel, um 150 Euro

Maracuja-Vibes: EdP „Power of You“
von Armani Beauty, um 100 Euro

Elegant-fruchtig: EdP „Libre Berry Crush“
von YSL Beauty, um 130 Euro

Links: EdP „Vert Soleil“ aus der „Atelier des Fleurs“-Kollektion von Chloé, um 125 Euro. Rechts: EdP „Dísir“ von L:A Bruket, um 110 Euro

In voller Blüte: EdP „Dior Paradise“ aus der „Collection Privée“ von Dior Beauty, um 195 Euro

Zitrisch: EdP „Thé Impérial“ aus der „Eau Parfumée Kollektion“ von Bvlgari, um 120 Euro

Komplex: EdP „Prada Paradoxe Radical Essence“ von Prada Beauty, um 150 Euro

Frisch: EdP „Boss Alive Sparkling Lavender“ von Boss, um 110 Euro

Vielen Dank an Feinkost Käfer, feinkost-kaefer.de

Hair & Body Mist „Peach Skin“ von Phlur,
um 25 Euro, über niche-beauty.com

K-BEAUTY RELOADED

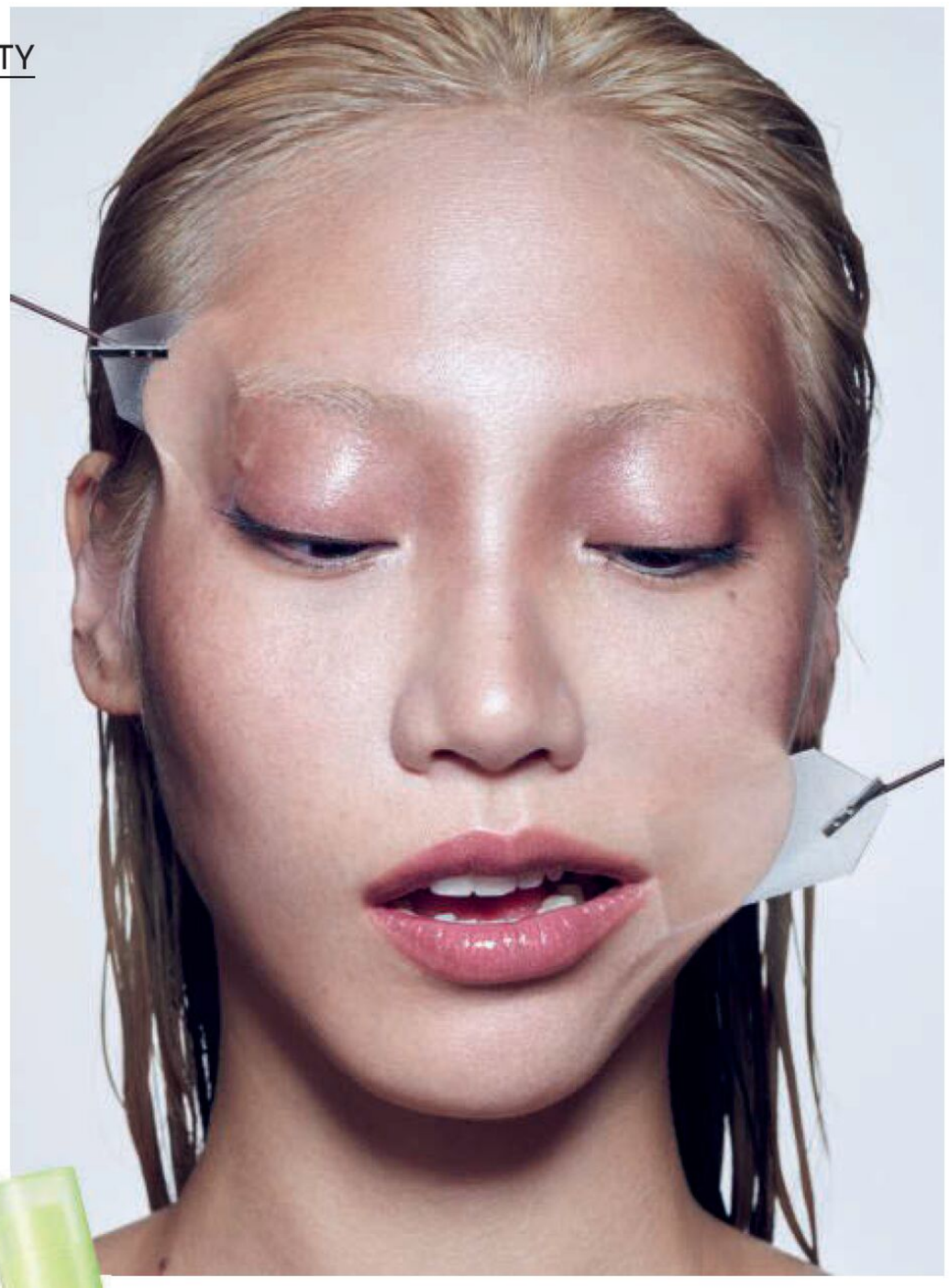
K-Beauty bekommt ein Science-Update: weniger 10-Step-Stress, mehr Skin Logic. Plus: Koreanische Dermatolog:innen erklären, was wirklich wirkt.

TEXT: TARI WEBER

Fotos: Getty Images

FROM *Hype* TO HIGH PERFORMANCE

„Made in Korea“ erobert Europa – doch warum lieben wir K-Beauty so?



K-Beauty ist längst mehr als ein Hype: Millionen Suchanfragen auf Reddit, Millionen TikTok-Posts. Auch innerhalb der EU wird ein Umsatz von rund 5 Milliarden US-Dollar in den nächsten Jahren prognostiziert. Allein das zeigt, wie groß das Phänomen geworden ist. Getrieben von Social Media, hat sich die Kategorie vom Nischentrend zur globalen Beauty-Kultur entwickelt. Wer dabei noch an aufwendige 10-Step-Routinen denkt, greift zu kurz: K-Beauty ist heute wissenschaftlicher, reduzierter – und erobert Europa damit neu. Auch Brands erkennen das Potenzial der zweiten Welle. „Weniger Schritte, mehr Science: Minimalistische Routinen und hautschonende Wirkstoffe treffen gerade den Zeitgeist europäischer Konsument:innen“, erklärt Meetu Mendiratta, Marketing Lead bei Axis-y. Ein deutliches Signal liefert die Partnerschaft zwischen Sephora und Olive Young, die koreanische Brands in-

„Weniger Schritte, mehr Science: Minimalistische Routinen und hautschonende Wirkstoffe treffen gerade den Zeitgeist europäischer Konsument:innen.“

Meetu Mendiratta, Marketing Lead bei Axis-y

1 Gel-artiges „Green Tangerine Vita-C Dark Spot Care Serum“ aus grünen Mandarinen und Centella Asiatica, von Goodal, um 30 Euro. **2** „Turnover Ampoule“ mit hoher Konzentration von c-PDRN®, von Rejuran, um 45 Euro. **3** Beruhigende Sheet Mask mit Peeling-Effekt: „Real AHA.BHA.PHA Calming Care Mask“, von Some By Mi, um 3 Euro über flaconi.de

Am Anfang stand der Hype: Neugierige testen Koreas Innovationen und verfallen kitschig-süßem Packaging, Sheet Masks, Bis-zu-10-Step-Routinen und Snail Mucin.

↑

First Wave

VS

Second Wave

↓

Heute ist K-Beauty im Mainstream angekommen: Es geht über Skincare hinaus – statt Mehr-ist-mehr shiftet der Fokus auf simple, hautgesunde Routinen.

Foto: Baard Lunde/Trunk Archive

Inside THE SECOND WAVE

Innovation trifft auf Anwendung – und beides zielt auf gesunde Haut.

1 „Leichtes, regenerierendes 360° Shot PDRN Active Serum" von Centellian24, um 23 Euro. **2** Overnight Sheet Mask „Bio-Collagen Real Deep Mask" von Biodance, um 4 Euro. **3** „Black Tea Time Reverse Eye Patches" mit Schwarzbohnenextrakt, von Pyunkang Yul, um 12 Euro. **4** Beruhigendes „Aqua Squalane Serum" mit wässriger Textur und pflanzlichem Squalan sowie Panthenol, von S.Nature, um 20 Euro. **5** Nicht klebende, leichte „PDRN Collagen Lip Mask Glazed Jelly" von Abib, um 18 Euro, über flaconi.de

Vorbei sind die Zeiten, in denen wir Layer für Layer der perfekten Glass Skin hinterherjagten: „Es geht nicht darum, mehr Steps in die Routine zu integrieren, sondern bessere Entscheidungen für individuelle Hautbedürfnisse zu treffen", erklärt Meetu Mendiratta. Statt maximalem Glow rückt heute vor allem eines in den Fokus: langfristig gesunde Haut. Besonders das Thema „Barrier Repair" gewinnt an Bedeutung – ebenso wie neue Hero Ingredients wie PDRN, ein Wirkstoff aus Lachs-DNA, der zu rund 95 % mit menschlicher DNA übereinstimmt.

Mit der globalen Expansion wächst jedoch auch der Anspruch an Inklusivität. Gerade Hybrid-Produkte wie SPF müssen unterschiedliche Hauttöne mitdenken: Was auf heller Haut funktioniert, kann auf dunkler Haut einen sichtbaren Weißfilm hinterlassen. Wie erfolgreich sich die zweite K-Beauty-Welle international durchsetzen wird, hängt deshalb auch davon ab, wie konsequent Brands ihre Formulierungen auf diverse Skin Tones ausrichten.

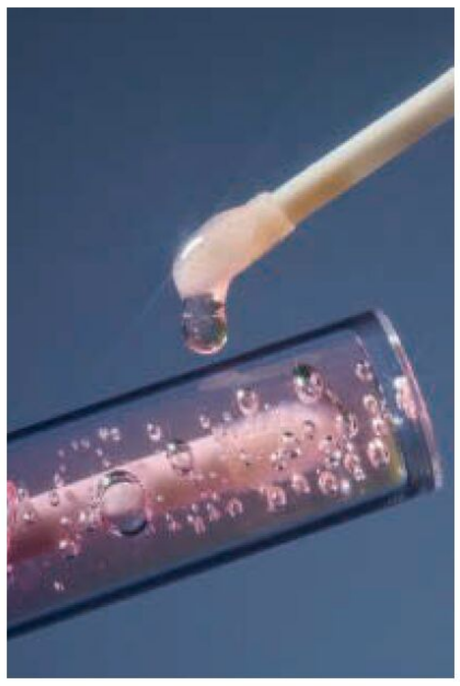
Gleichzeitig hält nicht jede Innovation automatisch, was sie verspricht. Social Media beschleunigt Trends, ersetzt aber keine dermatologische Einordnung. Pflege muss individuell gedacht werden – etwas, das in viralen Reviews oft verloren geht. Übermäßiges Peeling etwa kann die Hautbarriere schwächen, und neue Wirkstoffe wie Spicules, eine Form des flüssigen Microneedlings, sollten gezielt und nicht flächig eingesetzt werden.

Wer in der zweiten Welle bestehen will, versteht: Innovation zeigt sich nicht im Hype, sondern in der Anwendung. Retailer reagieren mit geschultem Personal, Brands mit klarerer Kommunikation und präzisen Anwendungshinweisen. Am Ende geht es nicht um mehr, sondern um das Richtige.

ternational stärker in den Handel bringen soll.

Während große Konzerne den europäischen Markt erst vorsichtig erschließen, sind spezialisierte Retail-Player wie die Gründerin Lilin Yang längst vorangegangen. Sie eröffnete mit Miin Cosmetics früh erste Anlaufstellen für Beauty „Made in Korea" in Europa – zwei davon in Deutschland.

Für meine Recherche schaue ich im Hamburger Store vorbei. „Einfach irgendein gehyptes Produkt" ist mein Ziel. Turns out: Gerade das ist nicht für meine Haut geeignet, wie die Beratung zeigt. Was das angeht, stecken wir laut Yang in Europa und gerade in Deutschland noch in den Kinderschuhen: „Wir brauchen Retailer, bei denen das Wissen rund um Anwendungen und Inhaltsstoffe weitergegeben wird."



Social Media beschleunigt Trends, ersetzt aber keine dermatologische Einordnung.

Foto: Stocksy

WARUM *K-Beauty* VORAUS IST

Eine Frage des Muts – und der Mentalität.

Fotos: Launchmetrics Spotlight, Getty Images, Stocksy

Europa prüft, Korea probiert. Während hier strenge Regularien Innovation verlangsamen, entstehen Trends dort oft in Monaten statt Jahren. Für deutsche Konsument:innen bedeutet das maximale Sicherheit, für Innovation jedoch vor allem eines: Zeit. Nicht jeder Trend schafft es sofort in unsere Routinen, denn erst wird sorgfältig geprüft und selektiert.

Doch nicht nur die Gesetzeslage macht den Unterschied, sondern auch die Mentalität. „Koreanische Konsument:innen haben keine Scheu vor neuen Produkten", heißt es von Julien Michelet, Education Manager EMEA bei Dr. Jart+. Auf Social Media gehen Produkte viral, werden getestet, und Consumer Feedback fließt direkt in den nächsten Innovationszyklus ein. Laut Dr. Jart+ gilt K-Beauty deshalb als ideale Spielwiese, wo mutige Texturen und experimentelle Formulierungen zum Erfolgsrezept gehören – ohne dabei die Hautgesundheit aus dem Blick zu verlieren. Trends wie Barrier Care oder Skin Flooding werden früh adaptiert, oft lange bevor sie in Europa ankommen.

Mit der neuen K-Beauty-Welle entwickeln Brands Rezepturen zunehmend direkt EU-konform. Das spart Zeit und Kosten und ist für Retailer ein zentrales Kriterium. Gleichzeitig zeigt sich eine stärkere Annäherung an europäische Erwartungen. Abib beschreibt den Shift hin zu simpleren Routinen, Barrier-orientierter Pflege und Produkten, die sichtbare Ergebnisse ohne Komplexität liefern. Auch EU-Registrierungen werden heute stärker durch Agenturen unterstützt, das mache den Prozess effizienter, erklärt Lilin Yang von Miin Cosmetics.

Quality-Check

Die EU gilt als einer der strengsten Kosmetikmärkte weltweit. Aufgrund unterschiedlicher Stofflisten und Grenzwerte müssen K-Beauty-Marken ihre Formulierungen für den EU-Markt häufig anpassen, obwohl auch Südkorea hohe regulatorische Standards hat. Qualität wird in der EU nicht durch eine Vorab-Zulassung gesichert, sondern durch strenge Pflichten, Standards und Kontrollen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Bevor ein Kosmetikprodukt verkauft werden darf, wird es von Expert:innen auf Sicherheit geprüft, dokumentiert und nach festen Qualitätsstandards hergestellt. Außerdem müssen Verpackung, Inhaltsstoffe und Werbeaussagen korrekt gekennzeichnet sein. Hersteller:innen bleiben dauerhaft für Sicherheit und Qualität verantwortlich und werden überwacht.

INSIDE *Korean* ROUTINES

Weniger Mythos, mehr Haut:
Eine Expertin über Trends und fundierte Pflege.

Bei Millionen Postings rund um K-Beauty verliert man schnell den Überblick. Dermatologin und Assistenzprofessorin Dr. Jenny Liu erklärt, worauf es wirklich ankommt.

Brauchen wir wirklich 10-Step-Routinen oder ist das nur ein Export-Mythos?
Das ist ein global vermarkteter Trend. In Korea sind Routinen simpel und praktisch: sanfte Reinigung, feuchtigkeitsspendende Schicht, Pflegecreme, Sonnenschutz. Bei Bedarf noch ein Produkt als gezieltes Treatment.

Funktioniert K-Beauty überhaupt in Europa?
Das exakte Kopieren einer koreanischen Routine funktioniert selten. Klima, Umweltverschmutzung, Wasserqualität und UV-Strahlung unterscheiden sich stark. Der Ansatz ist gut übertragbar – Routinen müssen aber immer an die eigene Haut und Umgebung angepasst werden.

Was macht K-Beauty grundsätzlich anders als westliche Skincare?
Der Fokus liegt auf Hydration, Beruhigung und langfristiger Hautgesundheit, weniger auf hochkonzentrierten Wirkstoffen. Das führt oft zu weniger Irritationen und einem gleichmäßigeren Hautbild.

Welche K-Beauty-Inhaltsstoffe sind unterschätzt – und warum?
Weniger flashy, aber extrem effektiv: Panthenol, Beifuß, Madecassosid, Reisextrakte und einfache Ceramidmischungen. Sie stärken die Hautbarriere und wirken beruhigend.

Second Wave: Was bleibt und was kann weg?
Unverzichtbar sind täglicher Sonnenschutz, Barrier Repair und Feuchtigkeitspflege. Verzichten kann man auf den Druck, zu viele Produkte zu layern oder jeden Trend-Wirkstoff zu testen. Beständigkeit schlägt Neuheit.

„Das Kopieren einer koreanischen Routine funktioniert selten – sie muss an Haut und Umgebung angepasst werden." Dr. Jenny Liu

Fotos: Getty Images (1), Stocksy (1)

KEEP IT *or skip it* – EIN GLOSSAR

Große Trends, simple Erklärungen und ein ehrlicher Hype-Check.

Die zweite Welle von K-Beauty nimmt nicht nur den Druck aus unseren Routinen, sondern hilft auch dabei, Skincare bewusster und entschleunigter zu denken. Im Zentrum steht dabei immer die Frage: Was tut meiner Haut wirklich gut? Um das herauszufinden, braucht es keine DIY-Trends oder viralen TikTok-Hacks. Eine reduzierte Pflege und eine konstante Routine über mehrere Wochen reichen aus. Wer zu viele Produkte layered, riskiert, den Überblick zu verlieren – auch darüber, wovon die Haut tatsächlich profitiert.

1 Gesichtswasser „Ginseng Essence“ von Beauty of Joseon, um 23 Euro. **2** Reinigung „Heartleaf Quercetinol Pore Cleansing Foam“ von Anua, um 18 Euro. **3** Creme „Dynasty Cream“ von Beauty of Joseon, um 38 Euro. **4** Serum „Retinol Intense“ von Some By Mi, um 23 Euro, alles über flaconi.de. **5** Tuchmaske „Acai Berry“ von Holika Holika, um 2 Euro. **6** „Vitamin C Maske“ von Barulab, um 25 Euro. **7** Sonnencreme „Every Sun Day Sun Fluid SPF 50+“ von Dr. Jart+, um 39 Euro. **8** „The-A Retinol Shot Tightening Booster“ von Celimax, um 19 Euro. **9** Lichttherapiegerät „AGE-R Booster Pro“ von Medicube, um 190 Euro, über flaconi.de. **10** Probe-Set mit 6 Shades „Mask Fit Red Cushion Trial Kit“ von TirTir, um 3 Euro. **11** Ampullen „Hyper PDRN One Day Kit“ von Wellage, um 19 Euro. **12** Gesichtswasser „Dive-in Low Molecular Hyaluronic Acid“ von Torriden, um 17 Euro, über flaconi.de. **13** Creme „Madeca Cream Time Reverse“ von Centellian, um 18 Euro. **14** Creme „Water Bank Cream“ von Laneige, um 38 Euro, über sephora.de. **15** „Brightening Up Sun+ SPF50“ von Dr. G, um 22 Euro. **16** Handcreme „Shea Butter & Macadamia“ von Kundal, um 6 Euro

GLOSSAR

Skin Soft-Cycling

Eine Routine, bei der sich die Wirkstoffe abwechseln. Ein Abend Säurepeeling, an den darauffolgenden Abenden regenerierende, feuchtigkeitsspendende Pflege.

Hybrid Make-up

Hyaluron in BB-Cream oder ein Blush mit Antioxidantien – Pflege trifft auf dekorative Kosmetik. Vorteil: weniger Aufwand beim Layering und schneller ready.

Barrier-First Skincare

Die oberste Hautschicht hält Bakterien ab und speichert Feuchtigkeit. Ist sie intakt, wirkt die Haut strahlend, prall und glatt. Im Fokus: Hautbarriere reparieren, stärken und schützen.

Glass Skin 2.0

Glow? Ja – aber ohne öligen Film oder Irritation. Die neue Glass Skin setzt auf eine ebenmäßige Textur, eine gestärkte Hautbarriere und natürlichen Glow.

The editors on ... TANNING

Sun's out, SPF on: Die **GLAMOUR-Favoriten** für Schutz, Glow und alles, was Summer Haut jetzt braucht.

Theresa Pichler
HEAD OF EDITORIAL CONTENT

Sun-kissed Skin? Yes – aber bitte ohne UV-Schaden. Für mich heißt das: lieber Spray-Tan statt Sonnenbaden, dazu daily SPF 50 für Gesicht und Hals. Most underrated Tipp: Hände nicht vergessen, einzucremen!

1 „Magic SPF Mirror" von A.N.D. Beauty, um 40 Euro. **2** Aufpolsternde Gel-Creme „Sunkiss Remedy" von Glowery, um 30 Euro, über flaconi.de. **3** Automatischer Selbstbräuner-Applikator „Multi Mist Starter Kit" von Comis, um 95 Euro. **4** After-Sun-Spray „Cool Down" von Sun Bum, um 20 Euro, über niche-beauty.com

Fotos: Steven Klein/TrunkArchive (1), Daniella Midenge (1)

Alexandra Schöb

DIGITAL DIRECTOR & DEPUTY HEAD OF EDITORIAL CONTENT

Ich liebe die Sonne (Leo energy) – aber bitte nur mit Sonnenschutz – und Produkte, die schnell einziehen, nicht fetten und einfach everyday funktionieren. Mein Extra-Glow-Hack: Möhrensaft und Tanning-Drops.

1 „Lively Summer Serum" von Alex Cosmetic, um 55 Euro. **2** „Radiance-Plus Golden Glow Booster" von Clarins, um 50 Euro. **3** „Mineral Tinted Sunscreen Light" mit LSF 50, von Transparent Lab, um 25 Euro. **4** „The Glow Cold-Pressed Juice" von Frank., 8er-Box um 35 Euro

Madeline Dangmann

SENIOR FASHION EDITOR

A little tan? Für mich ein Must. Im Winter fake ich sie easy und streifenfrei. Im Sommer gilt meine holy Tanning-Trinity: nie ohne SPF, als Blondie immer auch UV-Schutz fürs Haar – und Skin-Support von innen.

1 „Matte Sun Stick" von Beauty of Joseon, um 11 Euro, über sephora.de. **2** „Ioniq One + Tan Medium Bundle"-Spray-Tan-Set von Ioniq Skincare, um 180 Euro. **3** „Glow Spray Serum" von Authentic Beauty Concept, um 45 Euro. **4** „Skin Teint Balance" von Sunday Natural, um 25 Euro

Ursula Schmied

SENIOR CULTURAL EDITOR

Bei Sonnenpflege bin ich Team „Full Routine" – inklusive After-Sun mit Joghurt. Mein Favorit: der „Serum Stick" von Sun Matters – passt in jede Tasche und macht Re-Apply alle zwei Stunden endlich easy.

1 „SPF 50 Serum Stick" von Sun Matters, um 25 Euro. **2** „Vita C Teca Triple Blemish Patch" von CKD, um 19 Euro, über stylevana.com. **3** „After-Sun Gel" von Korres, um 25 Euro. **4** „Daily Defence SPF 30 Powder" von Dr. Emi Arpa Skin, um 50 Euro

Lena Raab

BEAUTY EDITOR

Mein Sommer-Motto: lieber smarter Tan als verbrannte Haut. Ich mag gesunde Bräune – und gute Hautqualität. Deshalb setze ich auf Self-Tan, Lippen-SPF und smarte Tools, die ans Nachcremen erinnern und zudem Pigmentflecke mildern.

1 „Face Tanning Mist" von Roquebrun, um 40 Euro. **2** „Sun Protection Lip Balm" von Kiko Milano, um 13 Euro. **3** „UV Detection Sticker" von Ouhoe, um 30 Euro, über fruugo.de. **4** Microneedling-Gerät „Rénergie Nano-Resurfacer" von Lancôme, um 260 Euro

Fotos: Johann Sturz (1), Nadine Seuss (1); Still-Life: Adrenaline Retouching (1), Lennert Antonissen (1)

Die Weinwelt war jahrzehntelang ein Männerclub.
In den **Weinbergen von Chandon** in Mendoza zeigen jetzt
drei Frauen, wie Zukunft schmeckt.

Für Chandon, das internationale Schaumweinhaus von LVMH, haben Ana Paula Bartolucci, Pauline Lhote und Inés de los Santos zwei neue Low-Alcohol-Spritzes für den globalen Markt entwickelt. Ein Macht-Shift in einer Branche, in der Frauen bis heute unterrepräsentiert sind – besonders dort, wo entschieden wird. Bartolucci wurde als erste Frau in der 67-jährigen Geschichte von Chandon Argentina zur Chef de Cave ernannt. Und auch die Innovation dahinter ist kein Zufall: Statt Wein nachträglich zu entalkoholisieren, haben die Expertinnen in Mendoza gemeinsam ein Verfahren entwickelt, bei dem der Alkohol bereits im Gärprozess reduziert wird – präziser, ressourcenschonender, smarter. Drei Frauen. Zwei neue Spritzes. Ein ziemlich gutes Update für ein Business, das viel zu lange zu männlich dominiert war.

Text: Ursula Schmied; Foto: PR

IT'S PERFETTO!

Wozu noch ins Lieblingscafé gehen, wenn die *De'Longhi Eletta Ultra* morgens auf dich wartet?

Den eigenen Vornamen falsch buchstabiert auf einem Pappbecher wiederzufinden, überlässt man ab jetzt getrost den anderen. Die *De'Longhi Eletta Ultra* kennt deinen Coffee Order bereits. Über 50 heiße und kalte Kaffeespezialitäten stehen auf Knopfdruck bereit, gesteuert über das gebogene Full-Touch-Display oder die *My Coffee Lounge App*, die deine Vorlieben speichert und mit der Zeit dazulernt. Orientierung bieten die Collections: *Warm & Creamy* für samtige Milchgetränke, *Creative & Inspiring*, wenn es Kreationen wie z. B. der *Cold Tiramisù Espresso* oder der *Peach & Lemonade Cold Brew* sein sollen. Letzteren bereitet die *Cold Extraction Technology* in unter fünf Minuten zu. Dass die Maschine kaum zu hören ist, verdankt sie der *Silent Technology*: Sie macht die Kaffeezubereitung um bis zu 65 % leiser im Vergleich zu einem *De'Longhi* Kaffeevollautomaten ohne *Silent Technology* – ideal fürs Homeoffice. Das geschwungene Design setzt im Coffee Corner einen stylischen Akzent. Geöffnet: rund um die Uhr – buonissimo! **DELONGHI.DE**

COFFEE BREAK
Von Flat White bis Cold Brew: Das Feature *Coffee Routines* empfiehlt Getränke passend zur Tageszeit.

The TRAVEL *LIST*

11 Hideaways, Design-Spots und Secret Escapes, die 2026 garantiert im Saved Folder landen.

TEXT: HANNAH MADLENER & URSULA SCHMIED

Remote & Barefoot

JOALI BEING MALDIVES

Kristallklare Lagunen, türkisfarbenes Wasser und der ein oder andere Delfin, der an den 68 Strand- und Wasser-Bungalows mit privaten Pools vorbeischwimmt: Das ist das „Joali Being", das Wellbeing-Inselresort der Extraklasse. Neben der Natur am Raa-Atoll werden an diesem exklusiven Traumspot Geist, Haut, Mikrobiom und Energie großgeschrieben. Im preisgekrönten Spa sorgen holistische Rituale für bewusstes Detoxing, Deep Rest und neue Balance.

Geeignet für: alle, die Digital Detox, Mental Reset und Tauchen schätzen.

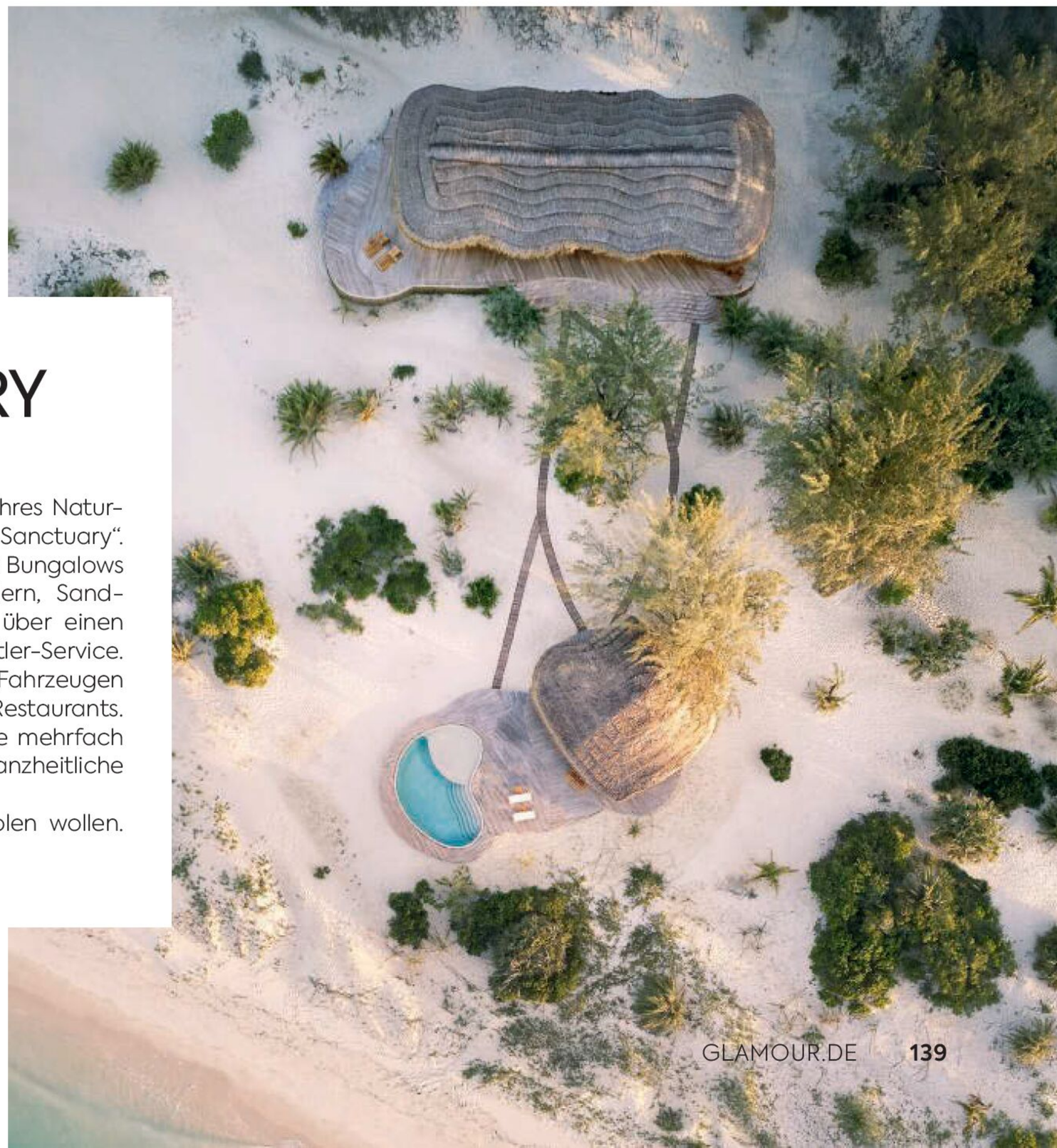
Ab 1620 Euro/Nacht, joali.com

Foto: Manuel Wessig

Remote & Barefoot

MANTA RESORT PEMBA ISLAND

Mit Fischen auf Augenhöhe Urlaub machen: Das geht im „Manta Resort“ vor der Küste Tansanias auf Pemba Island. Dort befinden sich 22 private Villen: Eine davon ist der spektakuläre „Underwater Room“, dessen Schlafbereich – mit großen Fenstern zum Beobachten der Meerestiere – sich vier Meter unter der Wasseroberfläche befindet. Für Dinner unter Sternen, Restaurants, Pools und Spa-Besuche wechselt man einfach auf die Hauptinsel des Luxusresorts und lässt sich dort verwöhnen.
Geeignet für: Unterwasser-Fans, die eins mit dem Meer sein wollen. Ab 2000 Euro/5 Tage, themantaresort.com



Remote & Barefoot

KISAWA SANCTUARY MOSAMBIK

14 Kilometer vor der Küste Mosambiks liegt ein wahres Naturjuwel: Benguerra Island, die Heimat des „Kisawa Sanctuary“. Das Luxusanwesen mit acht unterschiedlich großen Bungalows erstreckt sich über 300 Hektar Land mit Wäldern, Sanddünen und Stränden. Alle Unterkünfte verfügen über einen privaten Pool und Strandzugang sowie Butler-Service. Auf der Insel bewegt man sich mit kleinen E-Fahrzeugen zwischen Unterkunft, Haupthaus, Spa und den drei Restaurants. Das holistische Spa des „Kisawa Sanctuary“ wurde mehrfach mit Preisen ausgezeichnet und hat sich auf ganzheitliche Heilverfahren und Ayurveda spezialisiert.
Geeignet für: Gäste, die sich in Einsamkeit erholen wollen. Ab 5600 Euro/Nacht, kisawasanctuary.com

Fotos: PR (1), Elsa Young/Kisawa (1)

Nature & Wild

TREBARTHA EAST SRI LANKA

Mitten in einer Zimtplantage liegen die vier Zimmer des Boutique-Hotels, alle mit Blick auf den Dschungel oder den Indischen Ozean. Das nachhaltige Hotel besticht durch seine 360-Grad-Architektur und bietet seinen Besucher:innen eine immersive Experience: Vom Farm-to-Table-Konzept bis zum Ayurveda-Spa wird hier alles individuell auf die Gäste zugeschnitten.
Geeignet für: Naturliebhaber:innen, die Privatsphäre und Zimtgeruch schätzen. Ab 270 Euro/Nacht, trebartha-east.com

Nature & Wild

SON BUNYOLA MALLORCA

Inmitten der UNESCO-geschützen Tramuntana-Berge bieten die 27 Zimmer und drei Villen des „Son Bunyola Hotel & Villen“ einen Blick auf Küstenlinien, dramatische Klippen, Weinberge und Olivenhaine. Die Luxus-Finca aus dem 16. Jahrhundert beherbergt Tennisplätze und ein Spa, in dem mediterrane Pflanzenkraft auf moderne Wellness-Expertise trifft.
Geeignet für: Mallorca-Fans abseits des Mainstreams. Ab 720 Euro/Nacht, virginlimitededition.com

Nature & Wild

SHINTA MANI WILD KAMBODSCHA

Im Herzen Kambodschas versteckt sich dieses Juwel im Dschungel: Das sustainable Boutique-Resort erreicht man (abenteuerlich!) über eine Zip-Line, genächtigt wird in 15 individuellen Luxus-Glamping-Tents. „Adventure-Butler“ organisieren alles – von der Wasserfallwanderung bis zum Surprise-Sundowner in der Wildnis.
Geeignet für: Abenteuer- und Adrenalin-Junkies. Ab 1500 Euro/3 Nächte, shintamani.com

Fotos: Inna Rabotyagina surf.stories (1), Virgin Limited Edition (1); PR (1)

Nature & Wild

WILDERNESS BISATE LODGE RUANDA

In sechs Forest-Villas am Fuß des ruandischen Virunga-Vulkans taucht man in eine andere, wilde Welt ein. Die Nachbarn sind die legendären Berggorillas, denn das Luxusresort gliedert sich organisch in ihr natürliches Habitat ein. Die „Wilderness Bisate Lodge“ ist für ihre Naturbeobachtungen und ihre Baumschule bekannt. Es lohnt sich aber auch, den Weinkeller, die Bücherei und das aus Vulkanstein erbaute Sanctuary Spa genauer zu erkunden. Gekocht wird vorwiegend vegetarisch. Die Eco-Lodge pflegt einen eigenen Gemüsegarten und bezieht andere Produkte von lokalen Anbieter:innen. **Geeignet für:** alle, die einen absolut unvergesslichen Trip in eine fremde Welt erleben wollen. Ab 2200 Euro/Nacht, wildernessdestinations.com

Foto: Philip Lee Harvey/Wilderness Bisate

Desert & Design

ZHONGWEI DESERT DIAMOND HOTEL CHINA

In der Wüstenregion Zentralchinas steht seit 2024 das „Zhongwei Desert Diamond Hotel“ mit seiner markanten Silhouette, die an ein Raumschiff aus einem Science-Fiction-Film erinnert. Der futuristische Bau mit 30 Zimmern soll eine spirituelle Verbindung zwischen Mensch und Umwelt herstellen. Nachts spiegelt ein intelligentes Leuchtensystem an der Fassade den Sternenhimmel wider. Ein Highlight neben Astronomie-Kursen in lichtunverschmutzter Umgebung und einem Butler-Service ist die belebende Sandtherapie für müde Gäste. **Geeignet für:** Astro-Cats, die Saturn und Merkur in Hi-Res sehen wollen. Ab 1130 Euro/Nacht, trip.com

Foto: PR

Desert & Design

THE MALKAI OMAN

Drei Orte an sieben Tagen: Ab dem Herbst 2026 geht das mit der „The Malkai"-Experience, bei der Gäste in Luxuspavillons auf einer Dattelfarm nahe Muskat, in den Bergen von Al Hajar und in der Sharqiya-Wüste übernachten. Ein persönlicher Guide, ein Murshid, steht Gästen dabei zur Seite und liest ihnen fast jeden Wunsch (wie etwa Wüstentouren oder Open-Air-Yogakurse) von den Augen ab.
Geeignet für: Old-School-Nomaden und kulturell interessierte moderne Beduinen. Ab 1900 Euro/Nacht, themalkai.com

Desert & Design

AMANGIRI USA

Purer Fünf-Sterne-Luxus: Auf dem über 350 Hektar großen Areal des Colorado-Plateaus in Utah dürfen sich Besucher:innen auf 34 Suiten, zwei Restaurants, einen Aman-Spa sowie einen spektakulären Außenpool, der sich an die roten Felsen schmiegt, freuen. „Yoga on the Rocks" mit Blick über das „Grand Staircase-Escalante National Monument" sowie Walks durch Wüste und Canyon machen einen Stay unvergesslich.
Geeignet für: Nature-Lovers mit Luxusaffinität. Ab 6900 Euro/Nacht, aman.com

Fotos: PR (1), Robert Rieger (1)

Pacific Jungle

NAVIVA MEXICO

An der mexikanischen Pazifikküste, auf der privaten Halbinsel Punta Mita, liegt „Naviva, A Four Seasons Resort“ – ein Hideaway für alle, die Natur lieber barfuß als inszeniert mögen. 15 Tented Bungalows stehen mitten im tropischen Grün, zwischen Pazifikblick, Vogelrufen und Pelikanen, die über die Küste ziehen. Spiritueller Höhepunkt ist das „House of Heat Temazcal“, eine traditionelle mexikanische Schwitzhütten-Zeremonie für Reinigung, Loslassen und Deep Reset. Dazu kommen Spa-Pods, Farm-to-Table-Food und Picknicks im Dschungel.

Geeignet für: Traveller, die Off-Grid-Energy, Natur und Rituale mehr fühlen als Roomservice. Ab 3500 Euro/Nacht, fourseasons.com

Foto: PR

Ready for Take-off

Der Look: Vacay-Pro mit Fashionista-Energy. Diese Essentials sehen nach Airport-Upgrade aus – und machen Reisen nebenbei ein bisschen smoother.

Jelly-Sandalen von Ancient Greek Sandals, um 130 Euro

Minikleid von Liberowe, um 900 Euro, über net-a-porter.com

Wide-Leg-Jeans von Zara, um 35 Euro

Reisepasshülle von Louis Vuitton, um 400 Euro

Sneaker von Nike, um 100 Euro

„Le City"-Bag aus Raffiabast, von Balenciaga, um 950 Euro

„Jet Lag Mask" von Summer Fridays, um 30 Euro, über sephora.de

Bikini-Top, um 150 Euro, und -Hose, um 120 Euro, von Toteme

Headscarf aus Satin-Twill, von Eugenia Kim, um 300 Euro, über net-a-porter.com

SMART GADGETS

Für alle, die ihre Vacay nicht nur erleben, sondern auch festhalten wollen: Diese Travel-Tech macht aus Carry-on, Drohne und Gimbal die neue Grundausstattung. **1** „The Carry-on" aus eloxiertem Aluminium von Carl Friedrik, 750 Euro. **2** „4K Drone Lito 1" von DJI, um 380 Euro. **3** Pocket-Gimbal-Vlog-Kamera „Osmo" von DJI, um 500 Euro

CONDÉ NAST

PUBLISHED BY

Chief Executive Officer **Roger Lynch**
Chairman of the Board **Jonathan Newhouse**
Chief Revenue Officer **Elizabeth Herbst-Brady**
Chief Content Officer **Anna Wintour**
Chief Financial Officer **Nick Hotchkin**
Chief People Officer **Stan Duncan**
Chief Corporate Affairs and Communications Officer **Danielle Carrig**
Chief Product and Technology Officer **Vasanth Williams**
Chief Content Operations Officer **Christiane Mack**

WORLDWIDE EDITIONS

France
AD, GQ, Vanity Fair, Vogue

Germany
AD, Condé Nast Traveller, Glamour, GQ, Vogue

India
AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vogue

Italy
AD, Condé Nast Traveller, GQ, La Cucina Italiana, Vanity Fair, Vogue, Wired

Japan
GQ, Vogue, Wired

Mexico and Latin America
AD, Glamour, GQ, Vogue, Wired

Middle East
AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vogue, Wired

Spain
AD, Condé Nast Traveler, Glamour, GQ, Vanity Fair, Vogue

Taiwan GQ, Vogue

United Kingdom
Condé Nast Johansens, Condé Nast Traveller, Glamour, GQ, House & Garden, Tatler, The World of Interiors, Vanity Fair, Vogue, Vogue Business, Wired

United States
AD, Allure, Ars Technica, Bon Appétit, Condé Nast Traveler, epicurious, Glamour, GQ, Pitchfork, Self, Teen Vogue, The New Yorker, Vanity Fair, Vogue, Wired

PUBLISHED UNDER JOINT VENTURE

Brazil
Glamour, GQ, Vogue

PUBLISHED UNDER LICENSE OR COPYRIGHT COOPERATION

Adria Vogue
Australia GQ, Vogue
Bulgaria Glamour
China AD, Condé Nast Traveler, GQ, Vogue
Czech Republic and Slovakia Vogue, Wired
Greece Vogue, Wired
Hong Kong GQ, Vogue
Hungary Glamour
Korea Allure, GQ, Vogue
Philippines Allure, Vogue
Poland AD, Glamour, GQ, Vogue
Portugal GQ, Vogue
Scandinavia Vogue
Singapore Vogue
South Africa Glamour, GQ, House & Garden
Thailand GQ, Vogue
The Netherlands Vogue
Turkey GQ, Vogue, Wired
Ukraine Vogue

RIMOWA
RIMOWA GMBH
MADE IN GERMANY

Foto: Nate Margolis

THE PEPTIDE *era*

Beyond the Hype: Zwischen Skincare, Biohacking und Injectables – warum **Peptide** gerade überall sind und was sie wirklich leisten können.

TEXT: LAURA GLYNN

„Sie sind die Zukunft“, sagt Jennifer Aniston über Peptid-Injektionen. Auch Hailey Bieber setzt auf den Wirkstoff: „Ich liebe Peptide. Sie sind die Basis von Rhode.“ Tatsächlich sind Peptide derzeit der Power-Ingredient der Stunde – von ästhetischen Behandlungen bis zur täglichen Skincare. Sie gelten als die kleinsten Bausteine mit der größten Wirkung und prägen die aktuelle Beauty- und Longevity-Debatte wie kaum ein anderer Wirkstoff.

Doch was sind Peptide eigentlich? Die Antwort ist weniger eindeutig, als der Hype vermuten lässt. Denn die Spannbreite ist enorm: von Hightech-Skincare für „next level skin“ bis zu Ozempic, Peptid-Therapien und „Stacks“ aus spezialisierten Longevity-Kliniken, die auf Social Media als neue Optimierungsroutinen zirkulieren. Peptide werden zum Sammelbegriff für einen Lifestyle, der gezielt Einfluss auf den eigenen Körper nehmen will. Was früher getrennte Bereiche waren – Beauty, Medizin, Performance –, rückt nun zunehmend zusammen. Dabei wird der Begriff „Peptid“ im Alltag oft vereinfacht oder vermischt. Zwei Expert:innen erklären, was sich genau hinter dem Peptide-Boom verbirgt.

KLEINE MOLEKÜLE, GROSSER EFFEKT

Peptide steuern zentrale Prozesse im Körper – ihre Wirkung hängt jedoch stark vom jeweiligen Einsatzgebiet ab.

Die Basics

Peptide sind kurze Ketten aus Aminosäuren und damit die kleinsten Bausteine von Proteinen. Während Proteine als große, komplex gefaltete Strukturen vor allem für Stabilität und Aufbau verantwortlich sind, übernehmen Peptide eine deutlich aktivere Rolle: Sie wirken als körpereigene Signalstoffe und stoßen gezielt biologische Reaktionen an.

„Man kann sich das wie Pushnachrichten vorstellen“, sagt Dr. Melodie Wähmann, Fachärztin für plastische und ästhetische Chirurgie in Wiesbaden. „Peptide senden Signale an Zellen, etwa Kollagen zu produzieren oder Reparaturprozesse zu aktivieren. Genau diese Signalwirkung macht sie für so viele Bereiche interessant.“

Ein Begriff, viele Kategorien

„‚Peptid‘ ist zunächst einmal nur ein Oberbegriff“, ergänzt Dr. Omar Haroon, plastischer und ästhetischer Chirurg in Zürich und Founder des Longevity-Aesthetics-Konzepts „Aumar“. „Darunter fällt Insulin genauso wie ein Kollagenpulver oder eine experimentelle Substanz aus einem Onlineshop.“

Die Peptid-Range ist extrem vielfältig: In der Kosmetik kommen vor allem Signalpeptide und Neurotransmitter-Peptide zum Einsatz, die Hautprozesse modulieren. Außerdem gibt es medizinische Peptide wie GLP-1-Analoga, die als Injectables gezielt in Stoffwechsel- oder Hormonprozesse eingreifen. Eine dritte Kategorie bilden sogenannte Supplement- oder Research-Peptide – ein Bereich, der häufig weniger klar reguliert ist. „Genau hier verschwimmen die Grenzen“, sagt Dr. Haroon.

Von Skincare bis Systemwirkung

Was ein Peptid bewirkt, hängt entscheidend von Struktur, Konzentration und Anwendung ab. In Cremes und Seren sind sie gut erforscht, wirken lokal und unterstützen langfristig Hautfunktionen wie Kollagenaufbau oder Regeneration. Injizierbare Peptidhormone hingegen entfalten ihre Wirkung systemisch und beeinflussen komplexe Prozesse im Körper.

Bei Celebritys finden beide Bereiche großen Anklang: Während Jennifer Aniston oder Gwyneth Paltrow Fans von innovativen Peptid-Therapien sind, lancieren prominente Beauty-Entrepreneurinnen wie Hailey Bieber, Dua Lipa oder Kim Kardashian ihre Skincare-Brands mit Peptiden als zentralem Wirkstoff.

Jennifer Aniston schwört auf Peptid-Treatments.

Dua Lipa hat eine Beauty-Linie mit Augustinus Bader herausgebracht.

Anne Hathaway hat ihr eigenes Signature-Facial bei Facialist Georgia Louise.

Kim Kardashians Marke SKKN setzt auf Peptide.

Fotos: Getty Images

> *„Peptide wirken wie Pushnachrichten.“*
> Dr. Melodie Wähmann

PEPTIDE IN ACTION

Die bekanntesten Peptide im Überblick – was sie können, was sie versprechen und wo ihre Grenzen liegen.

Matrixyl

Matrixyl zählt zu den bekanntesten Signalpeptiden in der Skincare und gilt als Kollagen-Booster. Studien zeigen Effekte – vor allem bei langfristiger konsequenter Anwendung. **Reality-Check:** Subtile Ergebnisse, nicht vergleichbar mit apparativen oder injizierbaren Treatments.

Copper Peptides

Kupferpeptide wie GHK-Cu werden mit Wundheilung und einer stabileren Hautbarriere in Verbindung gebracht. „Die Wirkung hängt stark von der Formulierung ab", so Wähmann. **Reality-Check:** Effekte möglich – aber nicht isoliert zu betrachten.

Thymosin Beta-4

Auch als TB-500 bekannt, wird dieses Peptid mit schnellerer Heilung von Muskel- und Sehnenverletzungen sowie Bindegewebsregeneration in Verbindung gebracht – vor allem im Sport- und Biohacking-Kontext. **Reality-Check:** begrenzte Datenlage beim Menschen, häufig außerhalb regulierter Anwendung.

Argireline

Argireline gehört zu den Neurotransmitter-Peptiden und wird oft als Alternative zu Botox positioniert, da es die Signalübertragung zwischen Nerv und Muskel beeinflussen soll. Aber: „Ein topisch angewendetes Peptid kann keine Muskelkontraktion blockieren", sagt Dr. Wähmann. **Reality-Check:** leichte Glättung möglich – aber kein Ersatz für Injektionen.

GLP-1

GLP-1-Analoga wie Semaglutid regulieren Appetit, Blutzucker und Stoffwechsel und greifen in hormonelle Prozesse ein. Entwickelt für Typ-2-Diabetes, heute auch im Kontext von Gewichtsregulation eingesetzt. **Reality-Check:** gut untersucht und wirksam – aber systemisch und klar ein Thema für ärztliche Anwendung.

BPC-157

Ein Peptid, das mit entzündungshemmenden Effekten, Gewebeheilung und Schutz der Schleimhäute assoziiert wird, besonders im „Recovery"-Bereich. „Substanzen ohne klare Zulassung sind kritisch zu betrachten", warnt Dr. Haroon. **Reality-Check:** nicht zugelassen, begrenzte Studienlage, mögliche Nebenwirkungen.

Foto: Open AI

HYPE VS. REALITY

Zwischen Social Media und Selbstoptimierung: Der Peptid-Trend wird dort kritisch, wo Regulierung und Evidenz fehlen.

Personalisierte „Stacks“, Mini-Kühlschränke im Badezimmer und Begriffe wie „Wolverine Stack“ oder „Fountain of Youth“: Der Peptid-Hype hat längst eine eigene Ästhetik entwickelt. In einigen Longevity-Communitys werden Injektionen mit sogenannten Research Peptides als nächste Stufe der Self-Optimization gehandelt – und gleichzeitig besonders kritisch diskutiert.

Vor allem in den USA ist daraus ein eigener Lifestyle entstanden: Kombinationen mehrerer injizierbarer Peptide sollen Effekte wie Regeneration, Energie oder Körperkomposition gleichzeitig beeinflussen. Der Onlinemarkt ist riesig und unübersichtlich, oft ohne verlässliche Angaben zu Herkunft, Reinheit oder tatsächlicher Wirkung. „Begriffe wie ‚Wolverine Stack‘ sind keine medizinischen Standards, sondern Marketing-Labels“, erklärt Dr. Wähmann. „Die Zusammensetzung kann stark variieren.“

Gleichzeitig bleibt die Datenlage oft unklar. „Zwischen seriöser Forschung und einem Instagram-Video liegen Welten“, betont Dr. Omar Haroon. Ein Unterschied, der in der schnellen Verbreitung solcher Trends häufig verloren geht.

Viele dieser Substanzen werden als „Research Chemicals“ verkauft – ohne klare Qualitätskontrolle oder Zulassung. Während die EU für Kosmetik strenge Sicherheitsstandards vorgibt, bewegen sich viele injizierbare Peptide in einer Grauzone zwischen Verfügbarkeit und fehlender Regulierung.

Red Flags beim Peptid-Kauf

Unklare Herkunft: Produkte werden oft als „Research Chemicals“ verkauft – ohne geprüfte Qualität, klare Herkunft oder nachvollziehbare Produktionsstandards.

Fehlende Zulassung: Viele Peptide sind nicht für die Anwendung beim Menschen zugelassen – auch wenn sie online frei erhältlich sind und als sicher vermarktet werden.

Vage Versprechen: Fancy Begriffe wie „Fountain of Youth“ sind Marketing-Claims – keine medizinisch definierten oder standardisierten Konzepte.

Dünne Datenlage: Aussagen basieren häufig auf Tierstudien, Laborversuchen oder Einzelfällen, nicht auf belastbaren klinischen Studien am Menschen.

Foto: Getty Images

PEPTIDE CHEAT SHEET

Die wichtigsten **Facts und Funktionen** rund um Peptide.

Signal statt Zauber
Peptide fungieren als präzise Botenstoffe, die gezielt Prozesse wie Zellkommunikation, Entzündungsreaktionen oder Gewebereparatur beeinflussen. Ihre Wirkung basiert auf klar definierten biologischen Mechanismen – sie verstärken oder modulieren bestehende Abläufe, statt neue zu erzeugen. Genau darin liegen ihr Potenzial und zugleich ihre Grenzen.

GLP-1 im Fokus
GLP-1-Analoga wie Ozempic gehören zu den am besten untersuchten Peptiden. Sie beeinflussen Appetit, Blutzucker und Sättigung und greifen direkt in hormonelle Regelkreise ein. Entwickelt für Diabetes, werden sie heute auch bei Adipositas eingesetzt – mit klar belegter Wirkung, jedoch ausschließlich unter ärztlicher Anwendung.

Geduld zählt
Peptide wirken selten sofort. Ihre Effekte entstehen über die Zeit und hängen stark von Dosierung, Frequenz und individueller Reaktion ab. Kurzfristige Resultate sind eher die Ausnahme – vor allem bei topischer Anwendung. Auch im medizinischen Kontext zeigen sich Veränderungen oft erst nach kontinuierlichem Einsatz.

Onlineboom
Der Markt für frei verkäufliche Peptide wächst rasant. Viele Produkte werden als „Research Chemicals" angeboten, oft ohne transparente Herkunft oder geprüfte Qualität. Für Konsument:innen ist kaum nachvollziehbar, welche Substanz tatsächlich enthalten ist – oder ob Dosierung und Reinheit überhaupt stimmen.

Mehr als Anti-Aging
Peptide werden häufig auf das Anti-Aging reduziert, sind aber biochemisch vielseitiger. Sie können Entzündungen modulieren, Heilungsprozesse beeinflussen oder als Signalmoleküle im Stoffwechsel wirken. Gerade in der Medizin reicht ihr Einsatz von Immunmodulation bis hin zur Regulation hormoneller Prozesse.

Kein Quick Fix
Peptide werden oft als Shortcut für bessere Ergebnisse vermarktet – ob bei Beauty, Recovery oder Performance. Tatsächlich unterstützen sie meist nur bestehende Prozesse. Schnelle Transformationen sind selten, viele Effekte subtil und abhängig von individuellen Voraussetzungen sowie Anwendungsbereichen.

Formel entscheidet
Ob ein Peptid wirkt, hängt stark von Stabilität, Konzentration und Trägersystem ab. Viele Moleküle sind empfindlich gegenüber Licht, Luft oder Enzymen und verlieren schnell an Aktivität. Entscheidend ist daher nicht nur der Wirkstoff selbst, sondern wie er formuliert, geschützt und appliziert wird.

Check before you trust
Vor dem Einsatz ist ein kritisches Hinterfragen entscheidend: Gibt es klinische Studien? Ist die Substanz reguliert? Stimmen Konzentration und Deklaration? Besonders bei injizierbaren Peptiden ist Vorsicht geboten – hier treffen Innovation, Eigenverantwortung und potenzielle Risiken direkt aufeinander.

THE PEPTIDE EDIT

Ob **Serum, Cream oder Supplement:** Peptide sind der Power-Ingredient, der Beauty gerade neu definiert.

„Wild Collagen" von Ancient+Brave, um 45 Euro

„Deep Crease Serum" von Perricone MD, um 170 Euro

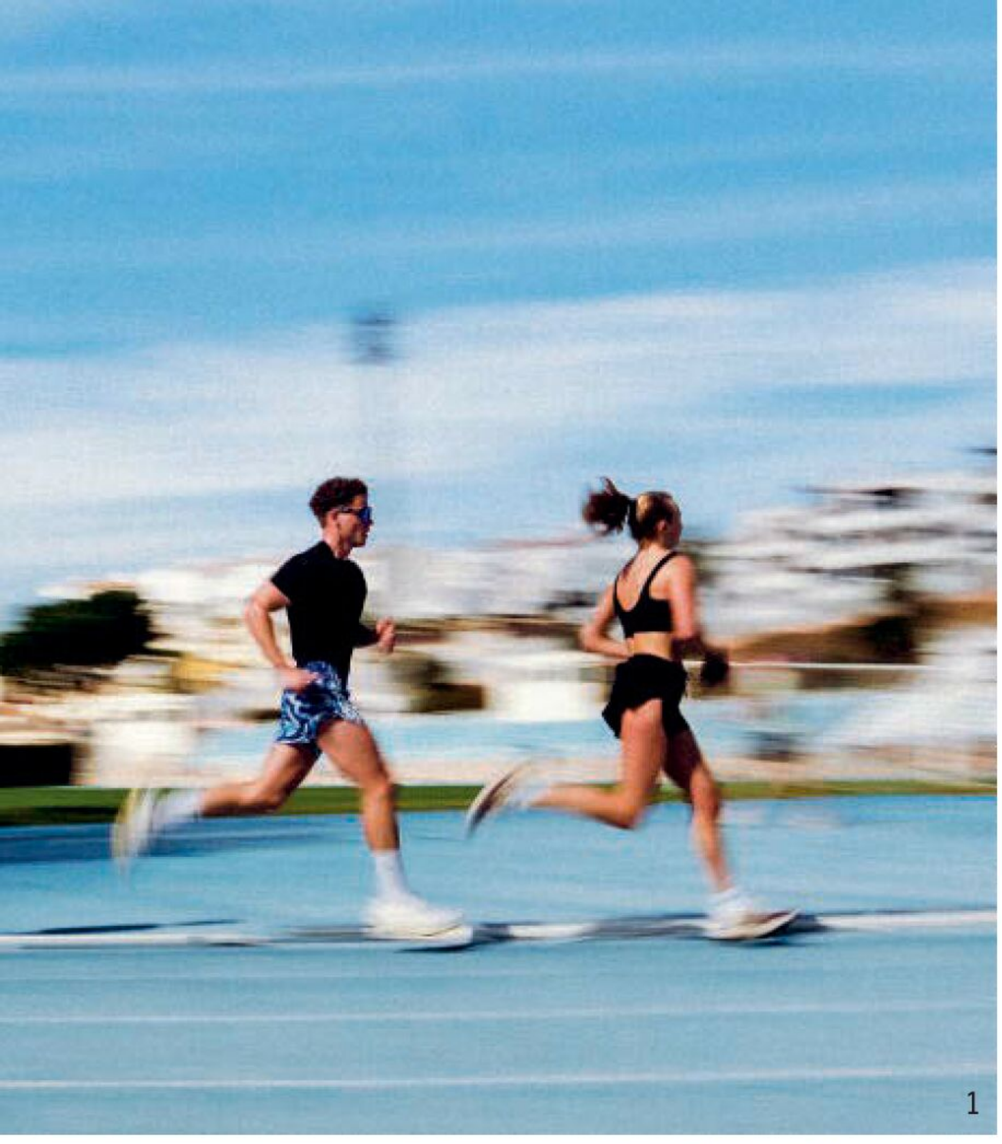
„The Super Hydrator" von U Beauty, um 185 Euro

„Multi Peptides & GF Advanced Lifting Serum" von Allies of Skin, um 200 Euro

„Hydro Collagen Peptides" von Erewhon, um 33 Euro

„Sérum Jeunesse" von Nooance Paris, um 80 Euro

„Protini™ Polypeptide Cream" von Drunk Elephant, um 70 Euro


1

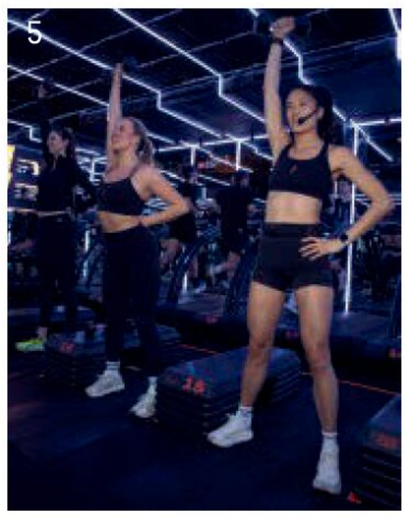
2

3

ON THE TABLE

Breakfast, but make it Fifth Avenue: Kaffeebecher „Tiffany Toile“ aus Porzellan von Tiffany & Co., 5er-Set, um 570 Euro

4


5

Life STYLE News

Outdoor-Apps, Wellness-Clubs und Summer-Games: Dein Sommer 2026 wird zum Community-Event.

WELLNESS-CLUBS

Im Trend: gemeinsam zur Best-Self-Version werden.

1 MARATHON-TRAINING
Erster Marathon? Clubs wie die Bridge Runners Düsseldorf (@bridge.runners) machen aus Trainings-Pain Team-Energy.

2 SELFCARE TOGETHER
Selfcare ist jetzt ein Group-Date: Bei Sleepandglow (@sleepandglow) trifft Infrarotlicht auf Bestie-Time und Meditation.

3 TENNISCLUB
Seit „Challengers“ ist Tennis wieder der schönste Social Sport. Clubs wie World Club Tennis München (@worldclubtennis) verbinden Workout, Community und Court-Core.

4 SOUND HEALING
Freund:innen, die zusammen heilen, bleiben zusammen: Sound Baths (@ soundbathworld) machen Wellness zum Community-Moment.

5 FITNESS-CLUB
Old, but gold: In Community-Studios wie Bootcamp Baby (@bootcamp.baby) gemeinsam fit werden.

FUN OUTDOORS

Nach draußen gehen mit diesen Apps.

1 2 3

1 Merlin Bird ID: Springt auf den Ornithologie-Hype der Gen Z auf.
2 Outta: Freund:innen für Outdoor-Aktivitäten finden, in einem Safe Space, der von Frauen moderiert und entwickelt wird.
3 SkyView: Den Nachthimmel bestimmen, egal wo du bist.

2 1 3

4

SUMMER GAMES

Offline is the new flex

1 Smythson Tic-Tac-Toe-Spiel in einer Lederbox mit Spielsteinen aus Resin, über harrods.com, um 750 Euro.
2 Rummi-Game-Set von RummiKlub LA, über modaoperandi.com, um 160 Euro.
3 Wackelturm-Spiel von Printworks, um 30 Euro.
4 Mandrill-Puzzle, 100 Teile, von Printworks, um 18 Euro.

Fotos: Torben Flatemersch (1), Bootcamp Baby (1), Getty Images (1), PR (2); Still-Lifes: 2026 Moda Operandi (1)

1 „Bezel Mirror“ in Pistachio & Milano, um 885 Euro.
2 „Puffer Mirror“ in Butter, um 885 Euro.
3 „Jelly Mirror“ in Honey, um 985 Euro.
Alle von: living edge

SPIEGLEIN...

Das sind die schönsten an der Wand.

DEAR DIARY...

Für alles, was raus aus dem Kopf und rein aufs Papier muss.

1 „Life Designer Journal“ von Intelligent Change, um 35 Euro. **2** Notebook von Printwork, um 25 Euro. **3** Bullet Journal „Smiley“ von Kartenliebe, um 20 Euro. **4** Bullet Journal „Wild Thoughts“ von Kartenliebe, um 15 Euro

GARDEN AT HOME

Easy wachsen lassen.

„The Fieldhouse Starter Set“ von Leath, über Poosh, um 250 Euro

LESE-STOFF

...der als Deko durchgeht.

1 „Grace: Now“ von Grace Coddington, Phaidon, 90 Euro. **2** „Paradise Courts“ von Emanuele d'Angelo, ERG Media, 150 Euro. **3** „How to Boil an Egg: A Cookbook“ von Rose Carrarini, Phaidon, 25 Euro

MARTINI SEASON

Dry, Dirty oder Drama: Gläser für Drinks mit Auftritt.

1 Cocktail Emporium 1910 Retro Coupe, um 10 Euro. **2** Steelite International Nick & Nora Glasses (12 Stk.), um 60 Euro. **3** Estelle Colored Martini Glass Pastel (6 Stk.), um 185 Euro. **4** Cocktailgläser „Perle“ aus Borosilikatglas, 2er-Set, von &k Amsterdam, um 40 Euro. **5** LSA International Borough Martini Glasses (4 Stk.), um 70 Euro

Text: Hannah Madlener; Foto: PR; Still-Lifes: 2026 Moda Operandi (1)

THIS SUMMER OF LOVE

Text: Hannah Madlener; Fotos: Getty Images

Was dein Sternzeichen über deine Love Language verrät – und wie du diesen Sommer flirtest, vibst und connectest: dein **„Summer of Love"-Horoskop 2026.**

KIKO MILANO

3D HYDRA LIP GLOSS

Bereit zum Strahlen?
Zeig dein Lächeln in 3D
Der Nr.1 Gloss von KIKO

*GLOSS UP YOUR LIFE!**

**Bring Gloss in dein Leben!*

Emily trägt Shade 05

Wir feiern ein Jahrzehnt voller:

10 Stunden Feuchtigkeitspflege*
Legendärem 3D-Glanz
Null Klebrigkeit
Glossiness der nächsten Generation

*Instrumentelle Tests.

BVLGARI

ROMA 1884

B·ZERO1 COLLECTION